



พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟน เพื่อความบันเทิง  
ของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง กรณีสึกษา ประเทศกาตาร์,  
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ  
วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2564



**THE BEHAVIOR OF CHOOSING TO PLAY ONLINE GAMES ON  
COMPUTERS AND SMARTPHONES FOR ENTERTAINMENT OF  
THAI PEOPLE LIVING IN THE MIDDLE EAST COUNTRIES:  
A CASE STUDY QATAR, UNITED ARAB EMIRATES AND OMAN**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE IN COMPUTER  
AND INFORMATION MANAGEMENT  
COLLEGE OF DIGITAL INNOVATION TECHNOLOGY  
GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2021**

วิทยานิพนธ์เรื่อง

พฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟน เพื่อความบันเทิง ของ  
คนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง กรณีศึกษา ประเทศกาตาร์,  
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

โดย

ลลดา โลหิตยา

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2564

รศ. ดร. ปานใจ ชารัตสนวงศ์  
ประธานกรรมการสอบ

ผศ. ดร. ชุตินา เบี้ยวไข่มุก  
กรรมการ

ผศ. ดร. สุทธิศักดิ์ จันทพงษ์โต  
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ. ร.ต. หญิง ดร. วรณี สุขสาคร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 มกราคม 2565

Thesis entitled

**THE BEHAVIOR OF CHOOSING TO PLAY ONLINE GAMES ON COMPUTERS  
AND SMARTPHONES FOR ENTERTAINMENT OF THAI PEOPLE LIVING  
IN THE MIDDLE EAST COUNTRIES: A CASE STUDY OF QATAR,  
UNITED ARAB EMIRATES, AND OMAN**

by

LALADA LOHITYA

was submitted in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of Master of Science in Computer and Information Management

Rangsit University  
Academic Year 2021

---

Assoc. Prof. Panjai Tantatsanawong, Ph.D.  
Examination Committee Chairperson

Asst. Prof. Chutima Beokhaimook, Ph.D.  
Member

---

Asst. Prof. Suttisak Jantavongso, Ph.D.  
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

January 17, 2022

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน เพื่อความบันเทิง ของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ภูมิภาคศึกษา ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ ผศ.ดร. สุทธิศักดิ์ จันทวงษ์โส อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.ชุติมา เบี้ยวไข่มุก ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ (วท.ม.) ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ อีกทั้งได้สละเวลาในการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ช่วยแก้ปัญหา จนทำให้วิทยานิพนธ์สำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ขอขอบคุณ รศ. ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์ ซึ่งเป็นประธาน และคณะกรรมการสอบทุกท่านที่ช่วยให้คำแนะนำ และให้ความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อแก้ไขโครงงานพิเศษนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

รวมทั้งนักศึกษาปริญญาโท และเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้คำแนะนำต่าง ๆ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์นี้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์จนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดี

ลลดา โลหิตยา

ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ฌ
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
	1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
	1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
	1.4 ขอบเขตของการวิจัย
	1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ
	1.6 สมมติฐานงานวิจัย
	1.7 กรอบแนวความคิดงานวิจัย
	1.8 กรอบเวลาการดำเนินงานวิจัย
<b>บทที่ 2</b>	<b>ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>
	2.1 บริบทที่เกี่ยวข้อง
	2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง
	2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b>	<b>วิธีการดำเนินการวิจัย</b>
	<b>49</b>
3.1	ประเภทงานวิจัย
	49
3.2	ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
	49
3.3	สมมติฐานทางสถิติ
	50
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
	52
3.5	การเก็บรวบรวมข้อมูล
	54
3.6	การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
	55
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>
	<b>57</b>
4.1	ผลการวิจัยเชิงสำรวจจากแบบสอบถาม
	58
4.2	ทดสอบสมมติฐาน
	68
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>
	<b>83</b>
5.1	สรุปผลการวิจัย
	84
5.2	การอภิปรายผลการวิจัย
	87
5.3	ข้อเสนอแนะ
	89
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>91</b>
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก	แบบสอบถาม
	97
ภาคผนวก ข	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม
	105
ภาคผนวก ค	ข้อมูลดิบ
	108
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>158</b>

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	11
2.1	40
2.2	47
2.3	48
3.1	53
3.2	54
4.1	58
4.2	58
4.3	59
4.4	59
4.5	60
4.6	60
4.7	61
4.8	61
4.9	62
4.10	62
4.11	63



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนไทยที่อาศัยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน	64
4.13	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน	65
4.14	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเกมออนไลน์มีผลทำให้เกิดทางเลือทางด้านความบันเทิงของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน	67
4.15	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเพศของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน	69
4.16	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอายุของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน	70
4.17	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสถานภาพของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน	70
4.18	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านระดับการศึกษาของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน	72
4.19	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอาชีพของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน	73
4.20	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยของประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน	74

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนไทยในประเทศทาง ตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศ โอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟน	75
4.22 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต, สังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของ คนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอ มิเรตส์ และประเทศโอมาน	75
4.23 ผลการวิเคราะห์เกมออนไลน์มีผลทำให้เกิดทางเลือทางด้านความบันเทิง ของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน	77
4.24 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกม ออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามการเล่นเก มออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ โดยใช้ t-test	78
4.25 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเลือกเล่นเกม ออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามระยะเวลาการเล่น เกมผ่านอุปกรณ์	79
4.26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเล่นเกม ออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามระยะเวลาการเล่น เกมผ่านอุปกรณ์	79
4.27 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression) เพื่อศึกษา การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	81
4.28 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression) เพื่อศึกษา การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	82

## สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	สถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศทางตะวันออกเฉียงใต้ ปี ค.ศ. 2019	1
1.2	สถิติประเภทของเกมในประเทศไทย แบ่งตามแพลตฟอร์ม ปี พ.ศ. 2562	3
1.3	สถิติตลาดการซื้อขายเกมในกลุ่มประเทศทางตะวันออกเฉียงใต้ ปี ค.ศ. 2017	4
1.4	กรอบแนวคิดการทำวิจัย	10
2.1	สถิติ 5 อันดับประเทศทางตะวันออกเฉียงใต้ที่มีคนไทยอาศัยอยู่มากที่สุด	14



6206321 : ลลดา โลหิตยา  
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : พฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน เพื่อความบันเทิง ของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง  
 ภูมิภาคศึกษา ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน  
 หลักสูตร : วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ  
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร. สุทธิศักดิ์ จันทวงษ์โส

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากร, เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยี, เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต, สังคมและวัฒนธรรม และเพื่อศึกษาว่าเกมออนไลน์มีผลทำให้เกิดทางเลือทางด้านความบันเทิงของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามออนไลน์ที่มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง โดยมีการคำนวณหาค่า T-Test และมีการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กลุ่มอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป เลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟนมากกว่าการเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ โดยผู้เล่นส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์เฉลี่ย 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน มีวัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนออนไลน์เพื่อพักผ่อน หากิจกรรมทำยามว่าง และประเภทเกมที่เลือกเล่นส่วนใหญ่เป็นแบบ MMORPG จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนมีผลทำให้เกิดเป็นทางเลือทางด้านความบันเทิง ของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 158 หน้า)

คำสำคัญ: ความบันเทิง, ทักษะคติ, การยอมรับการใช้เทคโนโลยี, รูปแบบการดำเนินชีวิต, การตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์

6206321 : Lalada Lohitya  
 Thesis Title : The Behavior of Choosing to Play Online Games On Computers and Smartphones for Entertainment of Thai People Living In The Middle East Countries: A Case Study of Qatar, United Arab Emirates, and Oman  
 Program : Master of Science in Computer and Information Management  
 Thesis Advisor : Asst. Prof. Suttisak Jantavongso, Ph.D.

**ABSTRACT**

The objective of this research was to study population behaviors; technology acceptance; patterns of lifestyle, social life, and culture; and effects of online game decisions in entertainment of Thai people living in the Middle East. This is a case study of Qatar, United Arab Emirates, and Oman. The samples used in the study were 400 Thai people living in Qatar, United Arab Emirates, and Oman. The online questionnaires were used to collect data. All questions were validated by the experts. Descriptive statistics were employed. The collected data were analyzed in terms of percentages, means, and standard deviations. Moreover, a T-test and One-way analysis of variance (ANOVA) were used. It revealed that most of the respondents were single men aged between 21 – 30 years old, graduated with a bachelor’s degree, and had an average income of more than THB50,001 per month. Smartphones were used for playing online games more than computers. Time spent playing online games was 1 – 2 hours/day. It also showed that the purpose of playing online games was to relax as a leisure activity. The most found type of game that the respondents choose to play was MMORPG. In the hypothesis testing, online games on computers and smartphones were considered an alternative entertainment for Thai people living in the Middle East, indicating it was statistically significant at .05 level.

(Total 158 pages)

**Keywords:** Entertainment, Attitude, Technology Acceptance, Lifestyle, Online Game Decisions

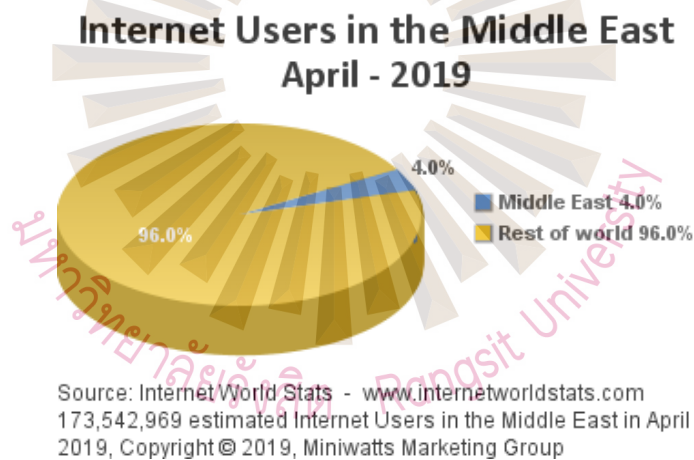
Student’s Signature ..... Thesis Advisor’s Signature .....

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในกลุ่มคนไทยที่อาศัยอยู่ในแถบประเทศทางตะวันออกกลางมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อความบันเทิง เกมที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตจึงเป็นตัวเลือกหนึ่งที่คนไทยที่อาศัยอยู่ในแถบประเทศทางตะวันออกกลางนำมาเป็นตัวเลือกหลักในการตัดสินใจเป็นแหล่งบันเทิงของคนไทย ที่ต้องอาศัยอยู่ในประเทศที่มีสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากประเทศไทย



รูปที่ 1.1 สถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศทางตะวันออกกลาง ปี ค.ศ. 2019

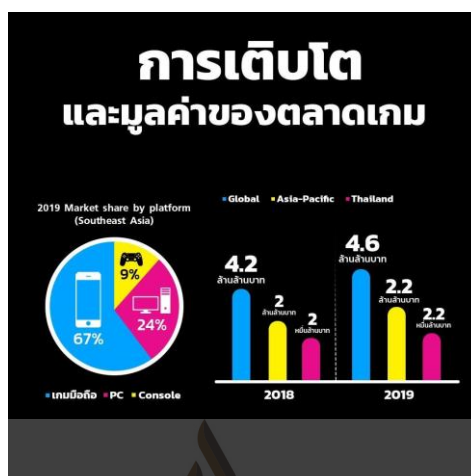
ที่มา: Internet World Stats, 2019

จากสถิติการใช้งานของประชากรในประเทศทางตะวันออกกลางสำรวจโดย Internet World Stats เดือนเมษายน ปี ค.ศ. 2019 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 173,542,969 คน เมื่อเปรียบเทียบการใช้งานจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมีเพียง 4% (Internet World Stats, 2019)

เกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์เป็นทางเลือกความบันเทิงที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เกมคอมพิวเตอร์แรกเริ่มเดิมทีมีการเริ่มต้นจากเกมคอมพิวเตอร์แบบออฟไลน์ เป็นการเล่นแบบคนเดียว แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในเกมคอมพิวเตอร์มากขึ้น จึงได้พัฒนาเป็นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์โดยการเชื่อมผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้เล่นเกมสามารถเล่นเกมร่วมกันได้กับคนทั่วโลกผ่านทางออนไลน์ บริษัทต่าง ๆ ได้พัฒนาเกมจนมีตัวเลือกเกมที่หลากหลาย นอกจากนี้ ยังมีในส่วนของโซเชียลเน็ตเวิร์กที่กำลังเป็นที่นิยม เกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์จึงเป็นสื่อบันเทิงที่ยังได้รับความนิยมจากคนไทยในประเทศทางแถบตะวันออกกลาง

ความบันเทิงบนสมาร์ตโฟนเข้ามามีบทบาทและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการเข้าถึงแหล่งบันเทิงที่ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการเลือกใช้เกมบนสมาร์ตโฟน ผู้ใช้สามารถเลือกเข้าถึงเกมบนสมาร์ตโฟนได้ทุกที่ ทุกเวลา จากบทความ “5 Global Mobile Gaming Trends” 71% ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สมาร์ตโฟนเป็นอุปกรณ์หลักในการเล่นเกมนั้น มากกว่าการเลือกใช้คอมพิวเตอร์ในการเล่น ซึ่งมีเปอร์เซ็นต์การเลือกใช้อยู่ที่ 64% (The Game Plan, 2016) รวมถึงการศึกษาในด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จากผลการสำรวจ 394 ตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเล่นผ่าน อุปกรณ์ โฆษณา เพื่อพักผ่อน ห่าอะไรทำยามว่าง โดยคิดเป็นร้อยละ 88.5 (ศุภเสกข์ ประจักษ์สูวิธิ, 2554)

สำหรับตลาดเกมในไทยปี 2562 คาดการณ์มูลค่ารวมอยู่ที่ 22,000 ล้านบาท เติบโตราว 13% โดยปัจจัยหลักมาจากอินเทอร์เน็ตเข้าถึงง่ายขึ้น อุปกรณ์เทคโนโลยีมีราคาถูกลง คนหันมานิยมใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางการสื่อสารหลัก อีกทั้งสมาร์ตโฟนมีราคาถูก สามารถจับต้องได้ ประกอบกับรูปแบบเกมมีรูปแบบที่สามารถเข้าถึงผู้เล่นได้ง่าย มีหลากหลายแนว และอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ คือ สมาร์ตโฟน กลายเป็นอุปกรณ์ที่ติดตัวทุกคน ทำให้มีผู้เล่นมากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมเกมมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง



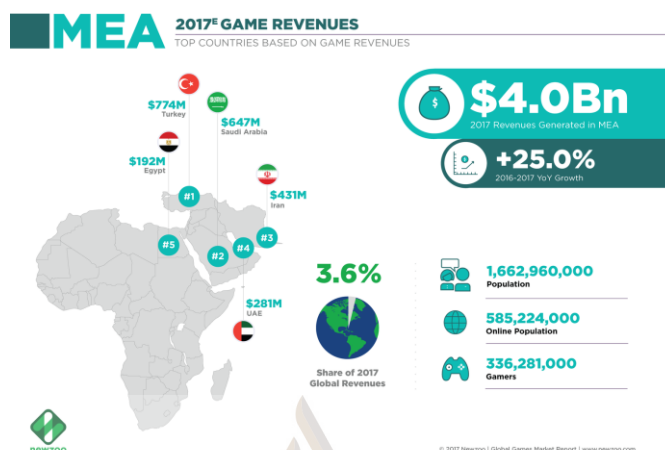
รูปที่ 1.2 สถิติประเภทของเกมในประเทศไทย แบ่งตามแพลตฟอร์ม ปี พ.ศ. 2562

ที่มา: กรุงเทพมหานคร มีเดีย จำกัด, 2562

จากภาพจะเห็นว่าสัดส่วนของประเภทของเกมในประเทศไทย แบ่งตามแพลตฟอร์ม พบว่า เกมมือถือสัดส่วนมากที่สุด 67%, พีซี 24% และคอนโซล (Console) 9% (กรุงเทพมหานคร มีเดีย จำกัด, 2562)

ตลาดเกมของประเทศซาอุดีอาระเบียจะแสดงให้เห็นภาพของตลาดเกมในตะวันออกกลางที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ด้วยการที่มีวัฒนธรรมภายในประเทศแบบอนุรักษนิยม ประชาชนของประเทศถูกจำกัดการเข้าถึงความบันเทิงที่หลากหลาย ซึ่งส่งผลให้ประชากรเลือกการเล่นเกมเป็นงานอดิเรก (Noujaim, 2017) จากปัจจัยดังกล่าวอธิบายได้ว่า ประเพณีและวัฒนธรรมภายในมีผลต่อการเข้าถึงแหล่งบันเทิงด้านอื่น ๆ เกมจึงเป็นแหล่งบันเทิงชนิดหนึ่งที่ประชากรในเขตตะวันออกกลางเลือกใช้ เพราะการเข้าถึงที่ค่อนข้างง่ายกว่า





รูปที่ 1.3 สถิติตลาดการซื้อขายเกมในกลุ่มประเทศทางตะวันออกกลาง ปี ค.ศ. 2017  
ที่มา: Scoop team, 2019

สามอันดับแรกของประเทศกลุ่มตะวันออกกลางที่มีการเลือกซื้อเกมสูงสุด คือ ประเทศอียิปต์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และซาอุดีอาระเบีย โดยมีส่วนแบ่งการตลาดจากทั่วโลกอยู่เพียง 3.6% สำหรับการเข้าใช้งานเกมในบางเกมไม่ว่าจะเป็นการเข้าใช้งานเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนในพื้นที่ประเทศทางตะวันออกกลางยังมีข้อจำกัดบางประการ จึงจำเป็นต้องมีโปรแกรมเสริมซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการใช้งาน Virtual Private Network (VPN) ซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว ง่ายต่อการใช้งาน ใช้พื้นที่ในการจัดเก็บโปรแกรมน้อย ตัวอย่างเกมออนไลน์ที่เห็นได้ชัด เช่น เกม Call of Duty ไปจนถึงเกมไฟ เช่น โป๊กเกอร์ เกมออนไลน์เหล่านี้ถูกกำหนดเชื่อมต่อกับเซิร์ฟเวอร์และหากอยู่ในพื้นที่ในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จึงทำให้ไม่สามารถเข้าถึงเกมเหล่านี้ได้ เนื่องจากมีการเฝ้าระวังการเข้าถึงเกมของรัฐบาลและไฟร์วอลล์ท้องถิ่น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ก็เป็นข้อจำกัดในการเลือกเข้าถึงแหล่งบันเทิงของคนไทยในตะวันออกกลางเช่นกัน จึงจำเป็นต้องใช้ทางเลือกเสริมโดยการเชื่อมต่อ VPN ซึ่งสามารถเลือกเซิร์ฟเวอร์จากที่ใดก็ได้ในโลกและเชื่อมต่อกับเกมได้ทันที (Scoop team, 2019)

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนเพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนเพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง

1.2.3 เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนเพื่อความบันเทิง

1.2.4 เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลางเพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ผู้ประกอบการและนักพัฒนาธุรกิจเกมออนไลน์สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาและปรับปรุง รวมถึงการผลิตเกมให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าที่มีข้อจำกัดบางประการ

1.3.2 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักพัฒนารวมถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจในการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจเกมออนไลน์

1.3.3 เพื่อพัฒนาเกมให้สอดคล้องกับความต้องการ และข้อจำกัดของสังคม สำหรับคนไทยที่อาศัยอยู่ใน ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

## 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

### 1.4.1 ขอบเขตของประชากร

การวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟนเพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ได้แก่ ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน จำนวน 400 คน ทั้งเพศชายและเพศหญิง ไม่จำกัดอายุ

#### 1.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมสร้างเอกสารออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์

<https://docs.google.com>

#### 1.4.3 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

1.4.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน การยอมรับการใช้เทคโนโลยี รูปแบบการดำเนินชีวิต สังคมและวัฒนธรรม และการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (Hypothesis Testing) มีการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

#### 1.4.4 ขอบเขตเนื้อหา

1.4.4.1 ศึกษาพฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน

1.4.4.2 ศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

1.4.4.3 ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต, สังคมและวัฒนธรรม

1.4.4.4 การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน

### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**เกมออนไลน์ (Online Game)** คือ เกมที่ต้องเล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ผู้เล่นจะต้องทำการลงโปรแกรมเกมลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับการเล่นเกมจะต้องเล่นออนไลน์ผ่านเซิร์ฟเวอร์ (Server) โดยข้อมูลของผู้เล่นจะถูกเก็บไว้ในเซิร์ฟเวอร์ (Server) ซึ่งในการเล่นเกมนออนไลน์ผู้เล่นอาจจะต้องเสียค่าบริการการเล่นตามอัตราและข้อกำหนดที่ผู้ให้บริการได้กำหนดไว้ (Guru.Sanook, 2556)

**เกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์** หมายถึง เกมที่มีการเล่นบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Server) ในการเล่นเกมนออนไลน์จะมีผู้เข้าร่วมเล่นมาจากหลากหลายพื้นที่จำนวนมาก เข้ามาร่วมเล่นในพื้นที่

พื้นที่หนึ่ง ซึ่งผู้เล่นทั้งหมดก็ทำการเล่นเกมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Multiplayer) เกมออนไลน์โดยส่วนใหญ่จะเป็นเกมออนไลน์ประเภท Massive Multiplayer Online (MMO) (ชนพัทธ์ เอมะบุตร, 2558)

**เกมออนไลน์บนสมาร์ตโฟน** หมายถึง วิดีโอเกมที่เล่นบนเครือข่ายของสมาร์ตโฟน โดยเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์มีส่วนที่คล้ายคลึงกันคือมีผู้เล่น หลายผู้เล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Multiplayer)

**แอปพลิเคชัน (Application)** หมายถึง ซอฟต์แวร์ประยุกต์ชนิดหนึ่งที่ใช้เฉพาะบนโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือสมาร์ตโฟน โดยแบ่งออกได้หลายประเภท เช่น เกม (Game), ใช้สำหรับสนทนา (Instant Message), เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) และสำหรับถ่ายภาพและปรับแต่งภาพ (Photo Editor)

**ความบันเทิงในการเล่นเกม** หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุข รวมถึงความรู้สึกสนุกสนานในการได้เล่นเกมผ่านทางอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟน

**ประเภทของเกมออนไลน์** หมายถึง สิ่งที่ใช้จำแนก ระบุว่าเกมออนไลน์จะดำเนินการเล่นไปในทิศทางใด ประเภทของเกมออนไลน์สามารถเป็นปัจจัยในการดึงดูดกลุ่มบุคคลให้เข้ามาเล่นได้ โดยประเภทของเกมออนไลน์สามารถแบ่งออกได้เป็นสองประเภท คือ (ศรีัญญา ไพรวรรณ์, 2554)

**1) MMORPG (Massive Multiplayer Online Role Playing Game)** เกมประเภทนี้จะกำหนดตัวผู้เล่นให้เหมือนอยู่ในโลกที่เกมนั้นสมมติขึ้นมา โดยให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นตัวละครสมมติอยู่โลกนั้น ๆ การดำเนินเรื่องเป็นไปตามเนื้อหาเกมที่สร้างขึ้นมา ในบางครั้งตัวเกมเป็นเกมแบบเก็บคะแนนสะสมหรือการสะสมค่าประสบการณ์ของตัวละคร และเกมประเภทนี้จะเน้นเรื่องราวของตัวละครเป็นหลัก เช่น Ragnarok Online, World of Warcraft, Final Fantasy, MU Online เป็นต้น

**2) Casual** เป็นเกมที่มีการกำหนดกติกา รวมถึงข้อบังคับที่เข้าใจง่าย วัตถุประสงค์ของเกมประเภทนี้มีเพื่อให้ผู้เล่น มีความรู้สึกผ่อนคลาย ในแต่ละด่านของเกมอาจมีความยาก ความง่าย เปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ ทำให้ผู้เล่นไม่มีความรู้สึกเบื่อหน่าย ในบางครั้งมีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ เช่น ฉาก คนตรี เพื่อความไม่ซ้ำซากเท่านั้น ระยะเวลาในการดำเนินเกมแต่ละเกมหรือ

แต่ละด่านมีไม่มาก สามารถจบเกมได้อย่างรวดเร็ว เรื่องราวของตัวละครไม่มีความซับซ้อนและไม่เน้นเรื่องราวของตัวละคร เช่น เกมปิงปอง, เกมออร์ดิชั่น, เกมเศรษฐีออนไลน์ เกมงู, เกม Tetris, เกมไฟ เป็นต้น

**เครือข่ายส่วนตัวเสมือน หรือ Virtual Private Network (VPN)** หมายถึง ฟังก์ชันหนึ่ง ความปลอดภัยในระบบเน็ตเวิร์ก เพื่อให้สามารถรับ - ส่งข้อมูลระหว่างเครื่องให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ในการเข้าใช้งานบางเว็บไซต์หรือบางโปรแกรมในพื้นที่ที่ตะวันออกกลาง อาจจะถูกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider) จำกัดการเข้าถึง จึงมีความจำเป็นต้องใช้ VPN เพื่อให้สามารถเข้าถึงบริการเว็บไซต์หรือโปรแกรมเหล่านั้นได้ หรือแม้แต่ในบางประเทศเช่น ประเทศจีน ซึ่งประเทศจีนมีการจำกัดการใช้โซเชียลมีเดียภายในประเทศ เช่น Facebook, Line, Google ด้วยข้อจำกัดเหล่านี้จึงมีความจำเป็นต้องทำการเชื่อมต่อ VPN เพื่อให้เข้าใช้งานได้ปกติ หรือในต่างประเทศบางประเทศไม่สามารถเข้าถึงเกมออนไลน์ที่ไม่ได้มีเซิร์ฟเวอร์อยู่ในประเทศที่เล่นได้ มีความจำเป็นต้องมีการเชื่อมต่อข้อมูลข้ามประเทศ และต้องการการรับ - ส่งข้อมูล ที่ไวและรวดเร็ว หรือที่เรียกว่าการรับ - ส่ง Ping เมื่อใช้ VPN ที่มีที่อยู่ในประเทศเซิร์ฟเวอร์เกมนั้น ๆ การใช้ VPN ก็เหมือนการสร้างเครือข่ายเสมือน ที่เหมือนผู้เล่นใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่ในประเทศนั้น ๆ เพราะข้อมูลที่รับ - ส่งผ่านอินเทอร์เน็ตจะผ่าน VPN นั้น ๆ ก่อนส่งถึงเซิร์ฟเวอร์เกมนั่นเอง ส่งผลให้เกิดความเสถียรในการรับ - ส่งข้อมูลมากขึ้น

**สังคม** หมายถึง สังคม หรือ สังคมมนุษย์ คือ การอยู่ร่วมกันของมนุษย์โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหลายรูปแบบ เช่น อาชีพ, อายุ, เพศ, ศาสนา, ฐานะ, ที่อยู่อาศัย ฯลฯ สำหรับระบบสังคมที่รวมถึงสิ่งมีชีวิตประเภทอื่นนอกเหนือจากมนุษย์อาจใช้คำว่าระบบนิเวศ ซึ่งมีความหมายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ กับสภาพแวดล้อม สังคมของมนุษย์เกิดจากกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันไม่ว่าจะในด้านใด เช่น ประเทศ, จังหวัด และอื่น ๆ และมักจะมีวัฒนธรรมหรือประเพณีรวมถึงภาษา การละเล่นและอาหารการกินของตนเองในแต่ละสังคม การที่มนุษย์รวมกันเป็นสังคมนั้น ช่วยให้มีมนุษย์สามารถสร้างและพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งอาจเป็นไปได้ถ้าต้องทำสิ่งนั้นโดยลำพัง ขณะเดียวกันสังคมที่พัฒนาหรือกำลังพัฒนาเป็นเมืองขนาดใหญ่ ซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีช่วยในการทำงานอย่างมากมาย ก็อาจส่งผลให้ประชากรที่ไม่สามารถปรับตัวตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง เกิดความรู้สึกโดดเดี่ยวหรือความรู้สึกว่าตนเองไม่มีส่วนร่วมในสังคมขึ้นมาได้

**ตะวันออกกลาง** หมายถึง พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ซึ่งประกอบด้วยดินแดนรอบทะเลเมดิเตอร์เรเนียนทางด้านใต้และตะวันออก ซึ่งเป็นอาณาบริเวณที่ต่อเนื่องจากทะเลเมดิเตอร์เรเนียนตะวันออกไปยังอ่าวเปอร์เซีย เอเชียตะวันออกกลางเป็นอนุภูมิภาคของแอฟริกา - ยูเรเชีย หรือให้เฉพาะเจาะจงลงไปก็คือทวีปเอเชีย และบางส่วนของแอฟริกา สามวัฒนธรรมหลักของภูมิภาคเอเชียตะวันออกกลาง ได้แก่ วัฒนธรรมเปอร์เซีย วัฒนธรรมอาหรับ และวัฒนธรรมตุรกี อิทธิพลของวัฒนธรรมทั้งสามนี้ ได้ก่อกำเนิดเชื้อชาติและภาษาที่แตกต่างกันสามกลุ่ม คือ เปอร์เซีย เคอร์ดิก และอาหรับ ตะวันออกกลาง เป็นคำจำกัดความภูมิภาคอย่างกว้าง ๆ จึงไม่มีการกำหนดขอบเขตพรมแดนของอาณาบริเวณของภูมิภาคนี้ไว้อย่างเจาะจง แต่โดยทั่วไปแล้วเป็นที่เข้าใจกันว่า ภูมิภาคตะวันออกกลางนั้นจะครอบคลุมพื้นที่ประเทศต่าง ๆ ดังนี้ บาห์เรน, อียิปต์, อิหร่าน, ตุรกี, อิรัก, อิสราเอล, จอร์แดน, คูเวต, เลบานอน, โอมาน, กาตาร์, ซาอุดีอาระเบีย, ซีเรีย, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์, เยเมน และดินแดน ปาเลสไตน์ (เวสต์แบงก์และฉนวนกาซา) โดยในงานวิจัยจะทำการศึกษาในประเทศ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์, กาตาร์และ โอมาน

**รูปแบบการดำเนินชีวิต** หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของบุคคล โดยที่ลักษณะของพฤติกรรมต่าง ๆ จะเป็นตัวบ่งบอกถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละแบบ, พฤติกรรมในการเข้าสังคม, การบริโภค, การหาความบันเทิง, การพักผ่อนหย่อนใจใช้เวลาว่าง และการแต่งตัว ล้วนเป็นส่วนประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิต รูปแบบการดำเนินชีวิตจะถูกดำเนินเป็น อุปนิสัย เป็นวิธีประจำที่กระทำสิ่งต่าง ๆ

## 1.6 สมมติฐานงานวิจัย

1.6.1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

1.6.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

1.6.3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลางที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

1.6.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

## 1.7 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



รูปที่ 1.4 กรอบแนวคิดการทำวิจัย

## 1.8 กรอบเวลาการดำเนินการวิจัย

ตารางที่ 1.1 กรอบเวลาการดำเนินการวิจัย

ที่	รายละเอียดกิจกรรม	ปี 2563							ปี 2564						
		พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1	เสนอหัวข้องานวิจัย														
2	ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง														
3	พัฒนาแบบสอบถามและสรรหาผู้เชี่ยวชาญ														
4	ดำเนินการจัดการทำประเมิน														
5	วิเคราะห์ผลและอภิปราย														
6	จัดทำรูปเล่มและวางแผนการนำเสนอผลงานวิจัย														
7	นำเสนอผลงานวิจัย														



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน เพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ญอร์แดน ญอร์แดน ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน สามารถสรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

#### 2.1 บริบทที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 คนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ญอร์แดน ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

2.1.2 ชุมชนเกมในประเทศทางตะวันออกกลาง

#### 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

2.2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของเกมออนไลน์

2.2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรม

2.2.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์

2.2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.6 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

#### 2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

2.3.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

## 2.1 บริบทที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 คนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง (ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน)

คนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง โดยส่วนใหญ่เดินทางไปอยู่อาศัยเพื่อการประกอบอาชีพ แรงงานที่มาทำงานอยู่ในพื้นที่ตะวันออกกลางเป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีวิชาชีพ และมีประสิทธิภาพ โดยแรงงานในกลุ่มประเทศแถบเอเชียรวมทั้งแรงงานไทย เดินทางมาเพื่อประกอบอาชีพในกลุ่ม งานใน โรงพยาบาล, โรงแรม และ โรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ คนไทยที่ต้องการเดินทางมาทำงานในประเทศทางตะวันออกกลางจะดำเนินการติดต่อผ่านนายหน้าหรือตัวแทนจัดหาแรงงาน ซึ่งตัวแทนจัดหางานดังกล่าวจะติดต่อกับนายจ้างโดยตรง และทำการส่งกลุ่มแรงงานเหล่านั้นไปตามความต้องการของนายจ้างในที่ต่าง ๆ หรือ คนไทยสามารถเข้าไปติดต่อทำงานได้ด้วยตนเอง ไม่มีการติดต่อผ่านนายหน้าผู้จัดหางาน หรือทางราชการ แรงงานส่วนใหญ่จะอยู่ถาวร ในภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ค้าน้ำมัน (OPEC) ได้แก่ ประเทศซาอุดีอาระเบีย, คูเวต, กาตาร์, ลิเบีย, อิรัก, อิหร่าน และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งเป็นประเทศที่กำลังจ้างงานค่อนข้างสูงและมีการก่อสร้างตามโครงการพัฒนาประเทศ เริ่มจากโครงการพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ที่เรียกว่า Infra – Structure ซึ่งต้องอาศัยแรงงานต่างชาติเป็นจำนวนมาก ดังนั้นแรงงานในแถบเอเชียจึงมีโอกาสไปทำงานในภูมิภาคแถบนี้ และมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ รูปแบบของการจ้างงานก็เปลี่ยนไปเป็นการจ้างงานระยะสั้นหรือเฉพาะ โครงการ (นิพล แสงศรี, 2557)

ลำดับ	ประเภทการพำนัก	จำนวนคนไทยที่พำนักอยู่ในประเทศ				
		ประเทศซาอุดีอาระเบีย	ประเทศอิสราเอล	ประเทศบาห์เรน	ประเทศกาตาร์	ประเทศสหรัฐอเมริกา
1	แรงงาน	474	22,495	1,000	1,600	2,980
2	นักธุรกิจไทย	5	4	15	9	631
3	พนักงานนวดสปา	1	32	800	240	1,455
4	พ่อครัว/แม่ครัว	28	308	100	60	624
5	แพทย์	-	-	-	-	-
6	นักวิจัย	-	-	-	-	1
7	อาจารย์	-	-	-	1	1
8	นักเรียน/นักศึกษา	313	100	18	36	142
9	องค์กรระหว่างประเทศ	-	-	-	-	-
10	ผู้ทำงานในหน่วยงานราชการ	1	7	-	1	12
11	เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ	-	-	-	-	-
12	นักกีฬา/ผู้เผยแพร่วัฒนธรรม	-	-	-	-	-
13	พระสงฆ์	N/A	-	3	-	-
14	ผู้พำนักระยะยาว(ไม่มีอาชีพ)	-	32	-	-	31
15	คนไทยที่สมรสกับชาวต่างชาติ	60	205	400	44	656
16	นักโทษ	2	22	50	-	29
17	ผู้พำนักผิดกฎหมาย	2,536	1,260	5,000	30	36
18	ข้าราชการ	18	10	5	5	14
19	ผู้ติดตามครอบครัว	-	6	130	70	35

\*ข้อมูลจากสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงริยาด และสถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองเจดดาห์, กรุงอาบูดาบี และสถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองดูไบ, กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพฯ  
 กรุงเทพฯ, กรุงเทพฯ  
 ล่าสุดเมื่อเดือน ต.ค. 2560

www.thaibusinesschannel.com

## รูปที่ 2.1 สถิติ 5 อันดับประเทศทางตะวันออกกลางที่มีคนไทยอาศัยอยู่มากที่สุด ที่มา: เลียลา, 2562

ในกลุ่มคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศตะวันออกกลางจากรูปประกอบจะเห็นได้ว่าประเทศอิสราเอล และประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่คนไทยส่วนใหญ่เข้าไปอาศัยอยู่เพื่อประกอบอาชีพแรงงานมากที่สุด นอกจากนี้จะมีผู้ที่ไม่ประกอบอาชีพแรงงาน และการบริการแล้ว ยังมีผู้ที่ไม่เข้าไปเพื่อทำธุรกิจมากเช่นเดียวกัน (เลียลา, 2562)

ประเทศกาตาร์ หรือชื่ออย่างเป็นทางการเรียกว่า รัฐกาตาร์ ตั้งอยู่ในอ่าวเปอร์เซีย มีลักษณะเป็นแหลมยื่นออกมาในทะเล มีพรมแดนทางด้านทิศใต้ติดกับประเทศซาอุดีอาระเบีย ส่วนทางด้านอื่น ๆ นั้นถูกล้อมรอบด้วยอ่าวเปอร์เซีย ประกอบกับเป็นเมืองที่มีการพัฒนาความเจริญเร็วมาก ประเทศกาตาร์จึงได้ฉายาว่าเป็นไข่มุกแห่งเปอร์เซีย ประเทศกาตาร์มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 11,437 ตารางกิโลเมตร ซึ่งเล็กกว่าประเทศไทยมากถึง 44 เท่า ถึงแม้กาตาร์จะเป็นประเทศที่เล็กแต่ก็มีการพัฒนาที่รวดเร็ว เปลี่ยนพื้นที่จากทะเลทรายจนกลายมาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง

ในกลุ่มประเทศอาหรับ กรุงโดฮา (Doha) มีฐานะเป็นเมืองหลวงของประเทศกาตาร์ ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงของประเทศ ซึ่งติดกับอ่าวเปอร์เซีย เป็นเมืองที่ใหญ่และมีประชากรอาศัยอยู่มากที่สุดในประเทศ เป็นศูนย์กลางความเจริญในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ, การเมือง, การศึกษา หรือแม้แต่การท่องเที่ยว ประชากรในประเทศส่วนใหญ่จะนับถือศาสนาอิสลามนิกายสุหนี่ และมีการใช้ภาษาอาหรับเป็นภาษาราชการ ประชากรส่วนใหญ่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เพราะประชากรเกือบร้อยละ 80 ในประเทศ เป็นแรงงานจากต่างประเทศ เช่น อินเดีย, เนปาล, ฟิลิปปินส์, ปากีสถาน และบังกลาเทศ ฯลฯ ดังนั้นที่นี้จึงมีการใช้ภาษาอังกฤษอย่างแพร่หลาย (กูรูทริป, 2560)

สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ หรือ ยูเออี (United Arab Emirates-UAE) เกิดจากการรวมชาติของชาวอาหรับที่ได้รับการช่วยเหลือจากประเทศอังกฤษ ตั้งขึ้นเป็นประเทศในลักษณะสหพันธรัฐ (Federation) ตั้งแต่ปี 1971 ประกอบด้วย 7 รัฐ ได้แก่ อาบูดาบี (Abu Dhabi), ดูไบ (Dubai), ชาร์จาห์ (Sharjah), อัจมาน (Ajman), ราสอัลไคมาห์ (Ras Al Kaimah), ฟุไจราห์ (Fujairah) และอุมม์อัลไควน (Umm Al Quwain) มีการปกครองแบบราชาธิปไตย โดยมีเจ้าผู้ครองรัฐอาบูดาบี คือ เชค คอลีฟะห์ บิน ซายิด อาล นะห์ยาน (H.H. Sheikh Khalifa bin Zayed Al Nahyan) เป็นประธานาธิบดี และเจ้าผู้ครองรัฐดูไบ เชค โมฮัมเหม็ด บิน ราชิด อาลมัคตูม (H.H. Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum) เป็นรองประธานาธิบดี และนายกรัฐมนตรี มีกรุงอาบูดาบีเป็นเมืองหลวงอยู่ในรัฐอาบูดาบี ซึ่งเป็นรัฐที่ใหญ่และมีความมั่งคั่งมากที่สุดในประเทศ ในขณะที่รัฐดูไบเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ การค้า, การท่องเที่ยว, การเงินการธนาคาร, การขนส่ง, การกระจายสินค้า และการส่งออกที่สำคัญที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลาง ยูเออีมีประชากรทั้งสิ้น เป็นชาวยูเออีประมาณร้อยละ 25 และชาวต่างชาติร้อยละ 75 โดยส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากอินเดีย, ปากีสถาน, อิหร่าน, ฟิลิปปินส์, บังกลาเทศ และจากกลุ่มประเทศอาหรับด้วยกัน ภาษาราชการของยูเออีคือภาษาอาหรับ แต่ก็มีการใช้ภาษาอังกฤษอย่างแพร่หลายเช่นกัน (ฝ่ายแรงงานประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงอาบูดาบี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์, 2561)

ประเทศโอมาน หรือรัฐสุลต่านโอมาน ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงของคาบสมุทรอาระเบีย ติดกับทะเลอาระเบียและอ่าวโอมาน และใกล้ช่องแคบ Hormuz ซึ่งเป็นทางเข้าสู่อ่าวอาหรับ ด้านตะวันตกติดกับซาอุดีอาระเบีย, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเยเมน ลักษณะของพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทะเลทรายและภูเขา มีชายฝั่งทะเลยาว 2,092 กิโลเมตร มีเมืองหลวงคือเมืองมัสกัต (Muscat) ประเทศโอมานยังคงใช้การปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ซึ่งมีสุลต่านเป็นประมุขและนายกรัฐมนตรี

ประชากรร้อยละ 82 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 12 นับถือศาสนาฮินดูและคริสต์ ชาวโอมานใช้ภาษาอาหรับเป็นหลัก และประชากรใช้ภาษาอังกฤษกันอย่างแพร่หลายเช่นกัน

ปัญหาของแรงงานไทยในตะวันออกกลาง (Admin, 2549) การเดินทางไปทำงานในตะวันออกกลางแรงงานไทยต้องเผชิญกับปัญหาหลาย ๆ อย่าง เช่น การแข่งขันกับแรงงานจากประเทศอื่นในตะวันออกกลางและแรงงานจากประเทศในเอเชีย นอกจากนั้นแรงงานไทยยังต้องเผชิญกับปัญหาอื่น ๆ ในตะวันออกกลาง ดังนี้

#### 2.1.1.1 ปัญหาด้านภาษาและวัฒนธรรม

แรงงานไทยส่วนใหญ่มักจะประสบกับปัญหาในเรื่องการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับกับนายจ้างในตะวันออกกลาง ทำให้แรงงานไทยต้องเสียเปรียบแรงงานจากประเทศฟิลิปปินส์และแรงงานจากเอเชียใต้ที่ใช้ภาษาอังกฤษได้ดีกว่า

#### 2.1.1.2 ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

แรงงานไทยยังไม่สามารถที่จะเดินทางไปทำงานในประเทศซาอุดีอาระเบียได้ตามปกติ ซึ่งประเทศซาอุดีอาระเบียถือว่าเป็นตลาดแรงงานขนาดใหญ่ในตะวันออกกลาง ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาเพชรซาอุดีและปัญหาการฆาตกรรมเจ้าหน้าที่สถานทูตในประเทศไทยยังไม่คลี่คลาย ส่งผลทำให้แรงงานไทยต้องสูญเสียโอกาสในการเข้าไปทำงานในประเทศซาอุดีอาระเบียในปัจจุบัน

#### 2.1.1.3 ปัญหาการหลอกลวง

แม้ว่าปัจจุบันทางการจะได้มีประกาศและแถลงข่าวเรื่องการหลอกลวงแรงงานไทยไปทำงานในต่างประเทศ แต่จะพบได้ว่าการหลอกลวงแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศยังคงมีอยู่ ทั้งนี้เนื่องจากนายหน้าจัดหางานและสายจัดส่งแรงงานบางรายไม่ซื่อสัตย์ ทำให้แรงงานต้องสูญเสียเงินไปเป็นจำนวนมากแล้วยังไม่สามารถเดินทางไปทำงานในต่างประเทศได้

#### 2.1.1.4 ปัญหาการลักลอบทำงานแบบผิดกฎหมาย

ปัจจุบันรัฐบาลของหลาย ๆ ประเทศในตะวันออกกลางมีนโยบายส่งเสริมให้มีการรับแรงงานท้องถิ่นเข้าทำงานกับภาคเอกชนเพิ่มขึ้น แต่ชาวอาหรับส่วนใหญ่ยังไม่นิยมทำงานกับบริษัทเอกชน หรืองานที่ใช้แรงกายมาก จึงทำให้เกิดช่องว่างในตลาดแรงงาน ส่งผลให้มีการลักลอบนำแรงงานต่างด้าวเข้าไปทำงานอย่างผิดกฎหมาย โดยแรงงานที่ลักลอบเข้าไปทำงานอย่างผิดกฎหมายมักจะถูกเอารัดเอาเปรียบจากนายจ้างในเรื่องค่าจ้างแรงงาน และสภาพการทำงาน โดยทางการไทยไม่สามารถเข้าไปช่วยเหลือได้

จากปัญหาข้างต้นผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า ปัจจัยต่าง ๆ โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านภาษาและวัฒนธรรมมีผลต่อการดำเนินชีวิตของคนไทยที่อาศัยในตะวันออกกลาง ด้วยความแตกต่างทางด้านภาษา และวัฒนธรรมรวมถึงชีวิตความเป็นอยู่ที่แตกต่างจากประเทศไทย จึงเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้คนไทยที่อาศัยในตะวันออกกลางจำเป็นต้องอาศัยการเล่นเกมออนไลน์เพื่อเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน และจากสิ่งแวดล้อมที่อาศัย เกมจึงเป็นแหล่งบันเทิงที่ง่ายต่อการเข้าถึง, รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

### 2.1.2 ธุรกิจเกมในประเทศทางตะวันออกกลาง

อุตสาหกรรมเกมมือถือในตะวันออกกลางเติบโตในอัตรา 25% ในแต่ละปี กลุ่มตะวันออกกลางเป็นที่ตั้งของชุมชนเกมที่มีการใช้งานมากที่สุดในโลก (Newzoo – a games market insights and analytics firm)

เกมออนไลน์ที่เติบโตเร็วที่สุดในโลกอยู่ในกลุ่มประเทศทางตะวันออกกลางด้วยอัตราการเติบโต 25% เมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศในละตินอเมริกา (13.9%), เอเชียแปซิฟิก (9.2%), อเมริกาเหนือ (4%) และยุโรปตะวันตก (4.8) % และการคาดการณ์การเจริญเติบโตของเกมออนไลน์ในกลุ่มประเทศทางตะวันออกกลางคาดว่าจะมีเติบโตขึ้นอีกสามเท่าหรือประมาณ 4.4 พันล้านดอลลาร์ในปี 2022 การเติบโตของเกมออนไลน์ในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางนี้ได้รับแรงหนุนจากความนิยมของเกมโซเชียล และเกมประเภทฟรีคาว์นโหลด เพราะเกมออนไลน์สามารถช่วยคลายความเครียดและสามารถเชื่อมต่อกับผู้อื่นทางออนไลน์ได้ ตามการวิเคราะห์ของ AdColony Inventory กลุ่มประเทศทางตะวันออกกลางมีอัตราการดาวน์โหลดเกมมือถือเพิ่มขึ้น 28% และเวลาเฉลี่ยต่อวันที่ใช้ในการเล่นเกมบนมือถือต่อผู้ใช้เพิ่มขึ้น 24% ข้อมูลจากวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2020 เหตุผลสำคัญที่อีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การดาวน์โหลดเกมออนไลน์มีมากขึ้นคือการระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 (RetailME Bureau, 2020)

## 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

### 2.2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

#### 2.2.1.1 ความหมาย และนิยามของการยอมรับเทคโนโลยี

1) เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) ได้ให้นิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ให้เป็นที่ โดยสิ่งที่ตามมา คือ ก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ

2) สิงหะ จิวสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้นิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี 3 ด้าน คือ พฤติกรรม, ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยี และการใช้เทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

3) ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้นิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกันกับเทคโนโลยี จากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ทักษะ และความต้องการใช้เทคโนโลยี

4) เกวรินทร์ ละเอียดคินันท์ (2559) ได้ให้นิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งานซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัพฤติกรรมทัศนคติ

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม บุคคล ๆ นั้นจะมีประสบการณ์, ทักษะ รวมถึงประโยชน์ทางด้านอื่น ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น

#### 2.2.1.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM)

1) เป็นทฤษฎีที่คิดค้น โดย Davis, Bagozzi & Warshaw (1989 อ้างถึงใน ภัทราวดี วงศ์สุเมธ, 2556) ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดของ (The Theory of Reasoned Action: TRA) โดย TAM จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Usefulness) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention) มีทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Easy of Use), การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งในท้ายที่สุดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีจะส่งอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้และใช้งานจริงของเทคโนโลยี

2) Ajzen (1991 อ้างถึงใน อรทัย เลื่อนวัน, 2555) ได้นำทฤษฎีของ Technology Acceptance Model (TAM) (Davis et al., 1989) ประยุกต์กับการพยากรณ์พฤติกรรมและความความเข้าใจของมนุษย์ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.1) External Variable หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรภายนอกสร้างจากการรับรู้ให้แต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ ประสบการณ์ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น

2.2) Perceived Usefulness หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคล กล่าวคือ แต่ละคนจะรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาหรือศักยภาพผลงานของตนเองได้อย่างไรบ้าง

2.3) Perceived Ease of Use หมายถึง การรับรู้ความง่ายในการใช้งานซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่

2.4) Attitude toward Use หมายถึง ทศนคติที่มีต่อการใช้ว่า แต่ละบุคคลมีความสนใจที่จะใช้ระบบเทคโนโลยีหรือยอมรับการใช้งาน

2.5) Intention to Use หมายถึง การตั้งใจที่จะใช้งาน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมสนใจที่จะใช้เทคโนโลยี

2.6) Actual Systems Use หมายถึง แต่ละบุคคลการยอมรับเทคโนโลยีและนำมาใช้งานจริง

## 2.2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของเกมออนไลน์

### 2.2.2.1 ความหมายของเกมคอมพิวเตอร์

ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน (2553) ได้ให้ความหมายของเกมคอมพิวเตอร์ว่าเป็นผลผลิตหนึ่งจากความก้าวหน้าของการผสมผสานเทคโนโลยี (Technology Convergent) ซึ่งมีจุดมุ่งหมายแรกเริ่มเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิงให้แก่ผู้เล่น

เกมคอมพิวเตอร์จึงเป็นเกมที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเล่นบนเครื่องคอมพิวเตอร์ การนำเอารูปแบบของเกมมาพัฒนาขึ้นบนคอมพิวเตอร์โดยใช้สื่อประสมต่าง ๆ ทำให้สามารถตอบสนองได้ในทันทีและเพิ่มความสนุกสนานให้กับผู้เล่นเกม

### 2.2.2.2 ความหมายของเกมออนไลน์

1) ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558) กล่าวว่า เกมออนไลน์ หมายถึง วิดีโอเกมที่เล่นบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะบน อินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์มีส่วนที่คล้ายคลึงกับเกมหลายผู้เล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Multiplayer) เกมออนไลน์ส่วนมากจะเป็นเกมแบบ MMO (Massive Multiplayer Online) หรือก็คือเกมหลายผู้เล่นที่รับจำนวนผู้เล่นได้มหาศาล ในพื้นที่ที่หนึ่ง (ตั้งแต่ 100 คนขึ้นไป)



2) จิตติ ศรีสินธรา (2560) เกมออนไลน์เป็นหนึ่งในประเภทของวิดีโอเกมที่มีรูปแบบการเล่นเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือมีการเชื่อมต่อผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์อื่น (Rollings & Ernest, 2006) ในปัจจุบันเกมออนไลน์สามารถเล่นผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ เครื่องเกมคอนโซล หรือแท็บเล็ต เป็นต้น แต่เดิมนั้นเกมออนไลน์มีต้นกำเนิดมาจากวิดีโอเกมโดยมีแนวคิดที่ผู้ผลิตพยายามทำให้เกมหนึ่งเกมนั้นสามารถเล่นด้วยกันมากกว่าสองคนขึ้นไปได้ ซึ่งการพัฒนาของเกมออนไลน์ก็ถูกพัฒนาขึ้นมาตามเทคโนโลยีของแต่ละยุคสมัย โดยเริ่มต้นจากเทคโนโลยี LAN (Local Area Network) ที่ทำให้ผู้เล่นเกมสามารถเล่นด้วยกันได้ผ่านสาย LAN ที่เชื่อมต่อระหว่างคอมพิวเตอร์ด้วยกัน ในยุคของสาย LAN มีเกมมากมายที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้เล่นมากมาย เช่น เกมประเภท FPS (First Person Shooting) ที่ชื่อ Counter Strike ที่แม้จะผ่านมา 17 ปีตั้งแต่เกมได้ถูกผลิตออกมา ปัจจุบันยังมีคนเล่นถึง 2 หมื่นคนในแต่ละวัน (Valve Corporation, 2014) เมื่อเข้าสู่ยุคที่คอมพิวเตอร์สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้เกมออนไลน์ก็ได้ถูกพัฒนาขึ้นไปอีกขั้นจนเกิดคำศัพท์คำใหม่ขึ้นมาว่า MMO (Massively Multiplayer Online) แปลได้ว่าเกมที่มีผู้เล่นจำนวนมากเชื่อมต่อเข้าด้วยกันผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (Massively Multiplayer, 2017) ในประเทศไทยเกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมและรู้จักกันดีได้แก่เกม Ragnarok Online ของบริษัท Gravity จาก ประเทศเกาหลีใต้ ถูกนำเข้าโดยบริษัท ASIASOFT มาเปิดให้บริการในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ.2545 (Projectxl, 2014) จนกระทั่งเข้าสู่ยุคปัจจุบันที่โทรศัพท์สมาร์ทโฟนได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน จากแต่เดิมตลาดของเกมออนไลน์จะถูกยึดติดอยู่กับเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องเกมคอนโซล ทำให้ตลาดเกมออนไลน์เกิดการแบ่งและกระจายตัวออกไปที่โทรศัพท์สมาร์ทโฟน บริษัทยักษ์ใหญ่ของวงการเกมมากมายเช่นบริษัท Square Enix บริษัท Ubisoft แม้กระทั่งบริษัท Nintendo ที่เน้นทำการตลาดขายเกมบนเครื่องคอนโซลของตัวเองก็เริ่มหันมาทำเกมบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน โดยการเปิดตัวเกมที่รู้จักกันดีของนักเล่นเกมหรือคนทั่วไป นั่นคือ “มาริโอ” ซึ่งเป็นครั้งแรกของเกมมาริโอที่ถูกพัฒนาให้เล่นผ่านอุปกรณ์อื่นนอกเหนือจากเครื่องคอนโซลหรือตู้เกม Arcade ที่เป็นตลาดหลักของบริษัท Nintendo (Every Single, 2017)

### 2.2.2.3 ประเภทของวิดีโอเกม

1) ปันณธร ชัชวรัตน์ และ ดลฤดี เพชรขว้าง (2552 อ้างถึงใน กฤตัญญ์ แซ่อึ้ง และคณะ, 2560) ได้ทำการแบ่งประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ออกเป็น 12 ประเภท ดังนี้

1.1) เกมแอคชั่น (Action Game) เป็นประเภทเกมที่ใช้การบังคับทิศทางและการกระทำของตัวละครในเกมเพื่อผ่านด่านต่าง ๆ ไปให้ได้มีตั้งแต่เกมที่มีรูปแบบง่าย ๆ เหมาะกับคนทุกเพศทุกวัย เช่น มารีโอ, ร็อคแมน ไปจนถึงเกมแอคชั่น ที่มีเนื้อหารุนแรงไม่เหมาะกับเด็ก ๆ บางเกมมีการใส่ลูกเล่นต่าง ๆ เข้ามาเพิ่มความสนุกของเกมจนกลายเป็นเกมแนวใหม่

1.2) เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game) หรือ อาร์พีจี (RPG) หรือที่นิยมเรียกกันว่าเกมภาษา เป็นเกมที่พัฒนามาจากเกมสวมบทบาทแบบตั้งโต๊ะเนื่องจากในช่วงแรกเกมอาร์พีจีที่ออกมาจะเป็นภาษาอังกฤษหรือญี่ปุ่นซึ่งต้องใช้ความรู้ด้านภาษานั้น ๆ ในการเล่นเกมประเภทนี้จะกำหนดตัวผู้เล่นอยู่ในโลกที่สมมติขึ้น และให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นตัวละครหนึ่งในโลกนั้น ๆ ผจญภัยไปตามเนื้อเรื่องที่กำหนด โดยมีจุดเด่นทางด้านการพัฒนาในระดับของตัวละคร (Experience-ประสบการณ์) เก็บเงินซื้ออาวุธ, อุปกรณ์ เมื่อผจญภัยไปมากขึ้นและเอาชนะศัตรูตัวร้ายที่สุดในเกม ตัวเกมไม่เน้นการบังคับ หิวหาวแต่จะทำให้ผู้เล่นสัมผัสกับเรื่องราวแทน

1.3) เกมผจญภัย (Adventure Game) เป็นเกมที่ผู้เล่นจะสวมบทบาทเป็นตัวละครตัวหนึ่งและต้องกระทำเป้าหมายในเกมให้สำเร็จลุล่วงไปได้ เกมผจญภัยนั้นถูกสร้างครั้งแรกในรูปแบบของ Text Based Adventure จนกลายมาเป็นแบบ Graphic Adventure เกมผจญภัยจะเน้นหนักให้ผู้เล่นหาทางออกหรือไขปริศนาในเกม โดยส่วนมากปริศนาในเกมจะเน้น ใช้ตรรกะแก้ปัญหาและใช้สิ่งของที่ผู้เล่นเก็บมาระหว่างผจญภัย นอกจากนั้นผู้เล่นยังคงต้องพูดคุยกับตัวละครตัวอื่น ๆ ทำให้เกมประเภทนี้ผู้เล่นต้องชำนาญด้านภาษามาก ๆ เกมผจญภัยส่วนมากมักจะไม่มีกรตายเพื่อให้ผู้เล่นได้มีเวลาวิเคราะห์ปัญหาข้างหน้าได้หรือถ้ามีการตายในเกมผจญภัยมักจะถูกวางไว้แล้วว่าผู้เล่นจะตายตรงไหนได้บ้าง

1.4) เกมปริศนา (Puzzle Game) เป็นเกมแนวที่เล่นได้ทุกวัย ตัวเกมมักจะเน้นการแก้ปริศนาปัญหาต่าง ๆ มีตั้งแต่ระดับง่ายไปจนถึงซับซ้อน ในอดีตตัวเกมมักนำมาจากเกมปริศนาตามนิตยสาร เช่น เกมตัวเลข เกมอักษรไขว้ ต่อมาจึงมีเกมปริศนาที่เล่นบนคอมพิวเตอร์ อย่างเกม เตตริสออกมาปัจจุบัน มีเกมแนวพัชเชิลแบบใหม่ ๆ ออกมามากมายเกมแนวนี้เป็นเกมที่เล่นได้ทุกยุค ทุกสมัย จึงเป็นเรื่องปกติที่จะเห็นผู้เล่นบางคนยังติดใจกับ เกมเตตริส เกมอาร์คานอยด์ ไปจนถึงเกมพัชเชิลใหม่ ๆ อย่าง Polarium และ Puzzle Bubble เกมปริศนาเป็นเกมที่ไม่นับเรื่องราวแต่จะเน้นไปที่ความท้าทายให้ผู้เล่นกลับ มาเล่นซ้ำ ๆ ในระดับที่ยากขึ้น

1.5) เกมการจำลอง (Simulation Game) เป็นเกมประเภทที่จำลองสถานการณ์ต่าง ๆ มาให้ผู้เล่นได้สวมบทบาทเป็นผู้อยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ และตัดสินใจในการกระทำเพื่อลองดูว่าจะเป็นอย่างไร เหตุการณ์ต่าง ๆ อาจจะนำมาจากสถานการณ์จริงหรือสถานการณ์สมมติก็ได้

1.6) เกมวางแผนการรบ (Strategy Game) เป็นประเภทเกมที่แยกออกมาจากประเภทเกมการจำลอง เนื่องจากในระยะหลังเกมประเภทนี้มีแนวทางของตัวเองที่ชัดเจนขึ้น คือเกมที่เน้นการควบคุมกองทัพ ซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยทหารย่อย ๆ เข้าทำการสู้รบกัน พบมากในเครื่องคอมพิวเตอร์เนื่องจากคีย์บอร์ด และเมาส์นั้น มีความเหมาะสมต่อการควบคุมเกม และมักจะ

สามารถ เล่นร่วมกัน ได้หลายคนผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือผ่านระบบแลนอีกด้วย เนื้อเรื่องในเกมมี ได้หลายรูปแบบแล้วแต่เกมนั้น ๆ จะกำหนดตั้งแต่จับความสไตล์เวทมนตร์คาถา พ่อมดกองทหารยุค กลางไปจนถึงสงครามระหว่างดวงดาวเลยก็มีรูปแบบการเล่นหลัก ๆ ของเกมประเภทนี้มักจะเป็น การควบคุมกองทัพ, เก็บเกี่ยวทรัพยากร และสร้างกองทัพ

1.7) เกมกีฬา (Sport Game) เป็นถึง ๆ เกมจำลองการเล่นกีฬาแต่ละชนิด โดยส่วนมากเกมกีฬามักจะมีความถูกต้องและเที่ยงตรงในกฎกติกาค่อนข้างมากจึงเหมาะสำหรับผู้เล่นที่เข้าใจกฎกติกาและการเล่นของกีฬานั้น ๆ โดยส่วนมากจุดขายของเกมกีฬามักจะเป็นชื่อและ หน้าตาของผู้เล่นที่ถูกต้อง, ลักษณะสนาม และยานพาหนะ

1.8) เกมอาเขต (Arcade Game) คือเกมที่ถูกสร้างมาให้กับเครื่องเกมตู้ โดยส่วนมากเกมประเภทนี้มักจะใช้เวลาจบไม่นาน (30 นาที - 1 ชั่วโมง) มักจะมีระดับการเรียนรู้ไม่ ค่อยสูงนัก มีเวลาจำกัดในการเล่นและมักจะไม่มีการบันทึกความก้าวหน้าในการเล่นเกมจะบันทึก เพียง คะแนนสูงสุดเท่านั้น เกมประเภทนี้จะมีความท้าทาย เป็นคุณค่าให้กลับมาเล่นซ้ำและใช้หลัก จิตวิทยาในการบอกคะแนนสูงสุดที่ผู้เล่นคนก่อน ๆ เคยทำได้ไว้ให้ผู้เล่นใหม่ ๆ หาทางทำลายสถิติ

1.9) เกมต่อสู้ (Fighting Game) คือเกมที่เป็นลักษณะเอาตัวละครสอง ตัวขึ้นไปมาต่อสู้กันเองลักษณะเกมประเภทนี้จะเน้นให้ผู้เล่นใช้จังหวะและความแม่นยำกดท่าโจมตี ต่าง ๆ ออกมาจุดสำคัญที่สุดในเกมต่อสู้คือการต่อสู้ต้องถูกแบ่งออกเป็นยก ๆ และจะมีเพียงผู้เล่น เพียงสองฝ่ายเท่านั้นและ 12 ตัวละครที่ใช้จะต้องมีความสามารถที่ต่างกันออกไป

1.10) ปาร์ตี้เกม (Party Game) คือเกมที่มีการบรรจุเกมย่อย ๆ มากมาย เอาไว้โดยในแต่ละเกมย่อยจะมีกฎและกติกาที่ต่างกันออกไป โดยผู้เล่นจะต้องเข้าไปเล่นในเกมย่อย นั้น ๆ และหาทางแข่งขันกับผู้เล่นอื่น ๆ ให้ชนะ (ทั้งคอมพิวเตอร์และผู้เล่นที่เป็นมนุษย์ด้วยกันเอง) จุดขายของปาร์ตี้เกมคือการเล่นเป็นหมู่คณะ ซึ่งจะสร้างความบันเทิงได้มากกว่าการเล่นคนเดียว

1.11) เกมดนตรี (Music Game) คือเกมที่ผู้เล่นต้องใช้เสียงเพลงในการเล่นด้านต่าง ๆ ให้ชนะ ซึ่งผู้เล่นจะต้องกดปุ่มให้ถูกต้องหรือตรงจังหวะหรือตรงตำแหน่ง โดยใช้ เสียงเพลงเป็นตัวบอกเวลาที่จะต้องกด

1.12) เกมออนไลน์ (Online Game) คือเกมที่เป็นลักษณะที่มีผู้เล่นหลายคนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยที่จะมีตัวละครเล่นแทนตัวเรา มีการพูดคุยกันในเกม สร้างสังคม ช่วยกันต่อสู้เก็บประสบการณ์

2) ทรัพย์สินทางปัญญา (2554) ได้ทำการแบ่งเกมออนไลน์ในประเทศมี 2 ประเภทด้วยกัน คือ

### 2.1) MMORPG (Massive Multiplayer Online Role Playing Game)

เกมประเภทนี้จะกำหนดตัวผู้เล่นอยู่ในโลกที่สมมติขึ้น และให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นตัวละครหนึ่งในโลกนั้น ๆ ดำเนินไปตามเนื้อเรื่องที่กำหนด เป็นเกมเก็บคะแนนสะสมหรือค่าประสบการณ์ของตัวละครและจะเน้นเรื่องราวของตัวละคร เช่น เกมเร็กซ์อาร์ค

2.2) Casual เป็นเกมที่มีรูปแบบกติกาตายตัวเข้าใจง่าย วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เล่นรู้สึกผ่อนคลายเมื่อได้เล่น อาจมีทั้งเพิ่มระดับความยากหรือแบบเล่นไปเรื่อย ๆ มีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบเช่น ฉาก ดนตรี เพื่อความไม่ซ้ำซากเท่านั้น ใช้เวลาในการเล่นน้อย ไม่เน้นเรื่องราวของตัวละคร เช่น เกมปิงปอง เป็นต้น

3) สาขาวิชา วิทยุ ปรนภค (2556) ได้ทำการแบ่งประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

3.1) อาเขตเกม (Arcade Games) เป็นเกมยุคแรก ๆ ที่ตั้งตามที่สาธารณะถ้าจะเล่นต้องหยอดเหรียญลงไปเครื่องถึงจะสามารถเล่นได้

3.2) คอนโซลเกม (Console Games) เป็นเครื่องเล่นเกมที่ต่อเล่นกับโทรทัศน์ได้ จะเห็นว่าเกมเริ่มเข้าไปอยู่ในบ้าน จึงทำให้เด็กสามารถเล่นกันได้ง่ายยิ่งขึ้น

3.3) เกมมือถือ (Mobile Games) ที่สามารถพกพาติดตัวไปไหนต่อไหนได้อย่างง่ายดาย ทุกที่ ทุกเวลา

3.4) เกมคอมพิวเตอร์ (Computer Games) ใช้คอมพิวเตอร์ในการเล่น เกมซึ่งสามารถเล่นด้วยกันกับเพื่อน ๆ หลายคนด้วยการต่อระบบ LAN หรือเล่นผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ไม่ได้จำกัดเวลาการเล่นเพียงแค่ 1 หรือ 2 คนเหมือนการเล่นแบบอื่น

### 2.2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรม

#### 2.2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ประชากรจะมีลักษณะแตกต่างกันออกไป โดยมีลักษณะเฉพาะในการแบ่งความแตกต่างของลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ, เพศ, การศึกษา, สถานะทางสังคม, เศรษฐกิจ และศาสนา ที่ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้ชีวิตที่ต่างกันออกไป โดยมีรายละเอียดดังนี้ตาม ปรมะ สตะเวทิน (2546 อ้างถึงใน สิทธิชน โชติ ตรงดี, 2555) ดังนี้

1) อายุ เป็นลักษณะหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของความแตกต่างทางด้านความคิดและพฤติกรรม เช่น คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดแบบเสรีนิยม คือ ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน ตัดสินใจเร็ว ส่วนคนที่มีอายุมากมักคิดแบบอนุรักษนิยม ยึดถือปฏิบัติใน

ความถูกต้อง มีความระมัดระวัง และมองโลกด้วยเหตุและผลกว่าคนที่มีอายุน้อย ซึ่งความแตกต่างนี้เกิดจากประสบการณ์ในการใช้ชีวิต และลักษณะของการรับและใช้สื่อ คนอายุน้อยมักใช้สื่อเพื่อความบันเทิงส่วนใหญ่ ส่วนที่มีอายุมากมักใช้สื่อมวลชนในการแสวงหาข่าวสาร อายุเป็นปัจจัยที่จะกำหนดความยากง่ายในการชักจูงโน้มน้าวใจอีกด้วย เช่น คนที่มีอายุน้อยโอกาสที่จะชักจูงสามารถทำได้มากกว่า

2) เพศ เพศชายกับเพศหญิงมีความแตกต่างกันทางความคิด, ค่านิยม และทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรม ตลอดจนการตัดสินใจยอมรับสิ่งต่าง ๆ

3) การศึกษา เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และมักใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนซึ่งมีการศึกษาน้อยกว่า จะใช้สื่อประเภทวิทยุ, โทรทัศน์, ภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

4) สถานทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ, รายได้, เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ, ค่านิยม, เป้าหมายและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากและมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหรือเรื่องราวหนัก ๆ เช่น อ่าน, ดู หรือฟัง เรื่องการเมือง, ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น

5) อาชีพ และลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ฟัง ลักษณะอาชีพหรือลักษณะแห่งการรวมกลุ่มจะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร เรื่องที่กลุ่มผู้ฟังสนใจ เช่น กลุ่มชานานาก็จะสนใจเกี่ยวกับเรื่องราคาข้าว, ปุ๋ย เป็นต้น ในบางกรณีคนที่มีอาชีพอย่างหนึ่งแต่อาจจะไปรวมกลุ่มกับคนที่มีอาชีพหนึ่งก็ได้ ซึ่งก็จะทำให้ความสนใจขยายวงกว้างออกไป

6) ศาสนาหรือกลุ่มความเชื่อในศาสนา เช่น ศาสนาพุทธ อิสลาม หรือศาสนาคริสต์ หรืออื่น ๆ ย่อมมีแนวคิด, วัฒนธรรม, ประเพณี และหลักการในการคิดตัดสินใจต่อการรับสารแตกต่างกันตามรายละเอียดปลีกย่อยของศาสนา ดังนั้น การสื่อสารหรือถ่ายทอดข้อมูลโดยการพิจารณาความแตกต่างทางศาสนาย่อมเป็นผลดีในการสามารถส่งสารให้แก่ผู้รับสารได้อย่างถูกต้องและตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากที่สุด

7) สถานภาพสมรส หมายถึง การครองเรือนซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น โสด, สมรส, หม้าย, หย่า หรือแยกกันอยู่ ลักษณะความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อถือทางด้านศาสนา ย่อมมีอิทธิพลต่อสถานภาพการสมรส ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพสมรสของบุคคลจะบ่งบอกถึงควมมีอิสระในการตัดสินใจและอิทธิพลต่อกระบวนการ

คิดการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร สตรีที่สมรสแล้วและสตรีที่ยังไม่สมรส ย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันอันเนื่องจากสภาพครอบครัว และอิทธิพลของจำนวนบุคคลรอบข้าง (จิราพร รัจวิวัฒนากร, 2556)

### 2.2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับด้านพฤติกรรม

1) พงศกร เพชรเจริญ (2557) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรม ว่าหมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกต่าง ๆ ของสิ่งมีชีวิตทั้งที่ปรากฏออกมาให้เห็นหรือสัมผัสได้ อาจเป็นการยิ้ม, การเดิน และไม่สามารถเห็นหรือสัมผัสได้ อาจเป็นการเต้นของหัวใจ ล้วนเป็นสิ่งที่สิ่งมีชีวิตกระทำหรือปฏิกิริยาต่าง ๆ แสดงออกซึ่งแสดงออกได้ทั้งภายในและภายนอก พฤติกรรมอาจเกิดขึ้นแตกต่างกัน เพราะเนื่องจากมนุษย์ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน รวมไปถึงวัฒนธรรมหรือสังคมนรอบข้าง อาจสั่งสอนให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้พฤติกรรมสามารถสังเกตได้และสังเกตไม่ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือสามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือ

2) องค์ประกอบของพฤติกรรมตามทฤษฎีของ Bloom (1976 อ้างถึงใน พงศกร เพชรเจริญ, 2557) ประกอบด้วย 3 ส่วนด้วยกันคือด้านความรู้หรือพุทธิปัญญา เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความเข้าใจ ความคิดด้านความรู้สึนึกคิดหรือเจตคติพิสัย บ่งชี้ถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นนามธรรม เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจบุคคล มีประกอบย่อย ๆ อีก 3 ประการคือ ทักษะคิด, เจตคติ และค่านิยม ความเชื่อด้านการปฏิบัติหรือทักษะพิสัย คือ พฤติกรรมที่แสดงออกทางร่างกาย

3) ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม ตามทฤษฎีของ สกินเนอร์ (อ้างถึงใน พงศกร เพชรเจริญ, 2557) ประกอบด้วยทฤษฎีการวางเงื่อนไข หลักการคือการให้เงื่อนไขบางอย่างกับสิ่งเร้าสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบการกระทำ ที่เน้นการกระทำของผู้รับ การทดลองหรือเรียนรู้มากกว่า และผลที่ตามมาจะเรียกว่าการเสริมแรง ตัวเสริมแรงนี้มีทั้งตัวเสริมแรงทางบวก และทางลบ ทฤษฎีสัมพันธ์เชื่อมโยง เป็นการเรียนรู้เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนอง ซึ่งสรุปกฎการเรียนรู้ไว้ 3 ประการ คือกฎความพร้อม, กฎการฝึกหัด และกฎความพอใจ ทั้งสามกฎนี้จะส่งผลต่อการทำให้เกิดพันธะหรือสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองมีความเข้มแข็งมั่นคงขึ้นหรืออ่อนกำลังลง

### 2.2.3.3 สิ่งกำหนดพฤติกรรมมนุษย์

1) ชูดา จิตพิทักษ์ (2525 อ้างถึงใน พงศกร เพชรเจริญ, 2557) ได้อธิบายว่าสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์มี 2 ประเภท คือลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์และกระบวนการอื่น ๆ ทางสังคมซึ่งไม่เกี่ยวกับลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์

### 1.1) ลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์แต่ละคนประกอบด้วย

ความเชื่อ หมายถึง การที่บุคคลคิดว่าการกระทำบางอย่างหรือเหตุการณ์บางอย่าง หรือสิ่งของบางอย่าง หรือคุณสมบัติของสิ่งของ กล่าวโดยสรุปคือ การที่บุคคลหนึ่งคิดถึงบางสิ่ง อาจจะดีในแง่ข้อเท็จจริงได้ แต่ถ้าเขาคิดว่าความจริงเป็นเช่นนั้นแล้ว นั่นคือความเชื่อของเขา

ค่านิยม หมายถึง แนวความคิดทั้งที่เห็นได้อย่างชัดเจน และไม่ชัดเจนซึ่งเป็นลักษณะพิเศษส่วนบุคคล หรือเฉพาะกลุ่ม ซึ่งเป็นความคิดที่มีอิทธิพลให้บุคคลนั้น ๆ เลือกกระทำการอันใดอันหนึ่ง ที่มีอยู่หลายวิธี หรือเลือกเป้าหมายอันใดอันหนึ่งจากหลาย ๆ อัน

บุคลิกภาพ เป็นสิ่งที่บอกว่าบุคคลจะปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์หนึ่ง การอธิบายว่าบุคลิกภาพได้มาอย่างไรนั้น จะต้องอาศัยทฤษฎีเชิงจิตวิทยา หรือทฤษฎีการเรียนรู้มาอธิบาย หลักการของทฤษฎีนี้บอกว่าไม่ว่าคนหรือสัตว์ ถ้าพฤติกรรมใดนำมาซึ่งรางวัล จะมีการกระทำพฤติกรรมนั้นซ้ำ ๆ แต่หากพฤติกรรมใดนำมาซึ่งการลงโทษ คนหรือสัตว์จะมีแนวโน้มจะไม่กระทำซ้ำอีก

2.2.3.4 กระบวนการอื่น ๆ ทางสังคมที่ไม่เกี่ยวกับลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์สามารถแบ่งประเด็นได้ดังนี้

1) สิ่งกระตุ้นพฤติกรรม และความเข้มข้นของสิ่งกระตุ้นพฤติกรรม โดยพฤติกรรมจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีสิ่งกระตุ้นพฤติกรรม สิ่งกระตุ้นพฤติกรรมนั้นเป็นอะไรก็ได้เช่น อาหาร, เสี่ยงปืน และอื่น ๆ

2) สถานการณ์ หมายถึง สิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นบุคคล และไม่ใช่มนุษย์ซึ่งอยู่ในสถานะที่บุคคลกำลังจะมีพฤติกรรม

3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม

3.1) ด้านสรีรวิทยา เช่น ร่างกาย, ความหิว, ความง่วง, ความเหนื่อย

3.2) ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ถิ่นที่อยู่อาศัย, ลักษณะสภาพอากาศ

3.3) ด้านสังคม เช่น ระเบียบข้อบังคับ, สถานภาพ, บทบาท

3.4) ด้านทัศนคติ เช่น ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความรู้สึก

นั้นเป็นไปในทางที่พอใจ

### 2.2.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์

2.2.4.1 Richard & Chebat (2016) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งที่มาของข้อมูลสำหรับสินค้าจำนวนมาก และผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคออนไลน์ได้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ขณะที่นักวิจัยส่วนใหญ่เน้นไปที่การค้นหาข้อมูลก่อนซื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความไม่แน่นอนและความเสี่ยงที่นักวิจัยบางคน มุ่งการค้นหาอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับพื้นฐานของแรงจูงใจตามความชอบ โดย Menon & Kahn (2002 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) อธิบายว่า ขณะที่นักวิจัยจำนวนมากต่างศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีรูปแบบต่าง ๆ เพื่อประสบการณ์การค้นหาออนไลน์แต่ Hausman & Siekpe (2009 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) กล่าวว่า มีนักวิจัยจำนวนน้อยที่ได้พัฒนาและทดสอบ รวมถึงสังเกตรูปแบบพฤติกรรมต่าง ๆ ในการใช้เทคโนโลยีซึ่งครอบคลุมพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่รวมถึงตัวแปรด้านบุคลิกภาพของผู้บริโภค

ดังนั้นรูปแบบสิ่งเร้า การกระตุ้น และการตอบสนอง (Stimuli, Organism and Responses: SOR) ของ Mehrabian & Russell's (1974 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) เช่น สิ่งเร้าที่มีชีวิต ตัวกระตุ้น และสิ่งที่ตอบสนอง ซึ่งมีองค์ประกอบ 5 ตัวแปรที่สำคัญได้แก่ การรับรู้ทางออนไลน์ (Online Cognitions), อารมณ์ทางออนไลน์ (Online Emotions), ความบันเทิงออนไลน์ (Online Entertainment), ความต่อเนื่อง (Flow) และทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ (Online Attitudes) ซึ่งความสัมพันธ์ของการรับรู้ทางออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของเว็บไซต์ เช่น คุณภาพของเนื้อหาข้อมูล และความถูกต้องของข้อมูล ในขณะที่ความบันเทิงออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกับความชอบของแต่ละบุคคล อารมณ์ออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกับความยินดีการกระตุ้นอารมณ์ความสุข และการครอบงำ ความต่อเนื่องเป็นสภาพที่เกิดขึ้นในระหว่างการเล่นหรือหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ทัศนคติออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกับทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์และทัศนคติที่มีต่อสินค้า

2.2.4.2 เกวรินทร์ ละเอียดคินันท์ (2559) ได้อ้างอิงถึงพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ได้แก่ การรับรู้ทางออนไลน์, อารมณ์ทางออนไลน์, ความบันเทิงทางออนไลน์, ด้านความต่อเนื่อง, ทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ภายใต้แนวคิดของ Richard & Chebat (2016) โดยผู้วิจัยระบุว่าพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ประกอบไปด้วย

#### 1) การรับรู้ทางออนไลน์ (Online Cognitions)

Richard & Chebat (2016) ศึกษาการรับรู้ทางออนไลน์โดยใช้โมเดลการโฆษณาในการวิจัยออนไลน์ ซึ่งนักวิจัยบางส่วนได้ศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ทางด้านการโฆษณาบนเว็บไซต์ เช่น ข้อมูลเนื้อหาบนเว็บไซต์ เป็นต้น เว็บไซต์มักจะมีการแสดงข้อมูลของสินค้าที่ครบถ้วนสมบูรณ์มากกว่าการใช้สื่อโฆษณาดั้งเดิมเนื่องจากพื้นที่และงบประมาณที่มีจำกัด

Resnik & Stern (1977 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) ได้ให้คำนิยามของคำว่า การรับรู้ทางออนไลน์เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงสิ่งที่ตนเองต้องการซื้อผ่านเว็บไซต์



ซึ่งเป็นตัวชี้หน้าที่ช่วยให้ผู้บริโภครับรู้ดีกว่าทำให้ผู้บริโภคบรรลุวัตถุประสงค์ในการซื้อได้เร็วกว่าการรับรู้แบบดั้งเดิม

Dholakia & Rego (1998 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) ได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลของเนื้อหาและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ และพบว่า เว็บไซต์มีความคล้ายคลึงกับสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์มากกว่าการสื่อสารข้อมูล ส่วนโฮมเพจส่วนใหญ่ก็มีข้อมูลที่เป็นสารประโยชน์

## 2) อารมณ์ทางออนไลน์ (Online Emotions)

Phillips & Baumgartner (2002 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้อารมณ์ซึ่งเน้นการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้บริโภคต่อโฆษณาและบทบาทของอารมณ์ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยใช้โมเดลของอารมณ์ PAD (Pleasure, Arouse, Dominance: PAD) หรือเรียกว่า รูปแบบการประเมินสภาพอารมณ์ 3 ด้านที่ผันแปรอย่างมีเหตุผลและแสดงพฤติกรรมผ่านทางอุปนิสัยซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดย Mehrabian & Russell (1974) ได้แก่ 1) ความยินดี (Pleasure) เป็นอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสุข ความพึงพอใจ หรือความชอบ 2) การกระตุ้น (Arousal) เป็นอารมณ์ที่ถูกกระตุ้น ตื่นเต้น และการกระตุ้นเปรียบเทียบกับอาการผ่อนคลาย ความเบื่อ และความง่วง และ 3) การครอบงำ (Dominance) เป็นความรู้สึกที่มีการควบคุมมีความสำคัญ และมีความเป็นเอกเทศโดยแต่ละลักษณะอารมณ์จะเป็นอิสระต่อกัน

Biggers & Rankis (1983 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) พบว่า รูปแบบพฤติกรรมเข้าถึงมักมีการเพิ่มมากขึ้นในสถานการณ์ของการครอบงำสูง และพฤติกรรมหลีกเลี่ยงมักมีการเพิ่มมากขึ้นในสถานการณ์ของการอยู่ในสถานการณ์ของครอบงำต่ำซึ่งขอบเขตอารมณ์ด้านนี้สามารถแสดงผลในลักษณะของการตอบสนองทางอารมณ์ที่มีความหลากหลายได้ในรูปแบบการเล่นอินเทอร์เน็ตออนไลน์

## 3) ความบันเทิงทางออนไลน์ (Online Entertainment)

Langer (1953 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) ได้ให้คำนิยามว่า ความบันเทิงคือ กิจกรรมใดก็ได้ที่ปราศจากการใช้ร่างกายโดยตรงหรือเป็นกิจกรรมที่บุคคลมีความประสงค์ที่จะเข้าร่วมเพราะสนใจในกิจกรรม

Karat et al. (2002 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) กล่าวว่า บุคคลจะมีความรู้สึkBันเทิง เมื่อบุคคลเหล่านั้นเคยมีประสบการณ์เข้าร่วม และจะรู้สึกมีความสุขยินดีที่ได้ปลดปล่อยความสุขและอยากกลับมาเข้าร่วมอีกครั้ง

Chakraborty et al. (2003) และ Chen et al. (2002 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) กล่าวว่า เว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่งอาจจะมีคะแนนทางด้านความบันเทิงความสนุกสูง

มีการใช้รูปแบบการนำเสนอที่ดึงดูด น่าสนใจ มีภาพสวย กราฟิกที่ดี หรือมีการออกแบบที่ดึงดูดใจ ตรงกับเนื้อหาที่ผู้บริโภคต้องการ

McMillan, Hwang & Lee (2003 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของผู้บริโภคที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มีความรู้สึก สนุกสนานตื่นเต้น พึงพอใจหรือเพลิดเพลิน หรือบันเทิงหรือไม่ ถ้าผู้บริโภคได้เข้าชมเว็บไซต์รู้สึก ว่าตนเองมีประสบการณ์การใช้งานเว็บไซต์ และมีความเพลิดเพลินหรือบันเทิงในการใช้ผู้บริโภค จะมีแนวโน้มไว้วางใจ และทัศนคติที่ดีต่อเว็บไซต์ดังกล่าวจะมีมากขึ้น

#### 4) ความต่อเนื่อง (Flow)

McMillan, Hwang & Lee (2003 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) ได้ นิยามว่า ความต่อเนื่องเป็นสภาวะทางด้านความตระหนักรู้ที่เกิดจากบุคคลที่ได้เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ที่รู้สึกพึงพอใจ และทำให้รู้สึกเพลิดเพลินในการใช้งาน ซึ่งอาจมีเกิดขึ้นในสภาวะระหว่างความทำ ทายของกิจกรรมและต้องการทักษะใช้เพื่อเอาชนะความท้าทาย

Csikszentmihalyi (1990 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) กล่าวว่า ความต่อเนื่องเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความรู้สึกบันเทิงเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น

Hoffman & Novak (1996 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) ได้ให้คำ นิยามของความต่อเนื่องว่า เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นที่อยู่บนโลกออนไลน์ ทั้งเล่นเกม การค้นหา ข้อมูล การเสฟสื่อต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่

(1) มีลักษณะโดยเรียงลำดับของการตอบสนองที่ง่ายขึ้นโดยการติดต่อผ่าน เครื่องมือสื่อสารที่สามารถโต้ตอบได้ (Characterized by a Seamless Sequence of Responses Facilitated by Machine Interactivity)

(2) มีความสนุกชอนอยู่ภายใน (Intrinsically Enjoyable)

(3) มีความรู้สึกเพลิดเพลิน (Accompanied by a Loss of Self-consciousness)

(4) มีการควบคุมตนเอง (Self-reinforcing)

(5) มีการนำไปสู่ความรู้สึกอยากเล่น (Leads to a Sense of Playfulness)

#### 5) ทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ (Online Attitudes)

Mitchell & Olson (1981 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นการประเมินผลจากภายในของรูปธรรม เช่น โฆษณา หรือเว็บไซต์ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้ง ทัศนคติด้านบวกหรือลบ

Bruner & Kumar (2000) และ Hwang, McMillan & Lee (2003 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) กล่าวว่า ถึงแม้ว่าการโฆษณาออนไลน์และการโฆษณาแบบดั้งเดิมจะมีความแตกต่างกัน นักวิจัยยอมรับว่า รูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมมีการนำมาใช้กับเว็บไซต์ เพราะมี การทำงานที่คล้ายคลึงกับโฆษณาที่มีการวางแผน โดยทางบริษัท

Rodgers & Thorson (2002 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) มีความ คิดเห็นที่ต่างออกไปกล่าวว่า กระบวนการทำงานของเว็บไซต์มีความซับซ้อนมากกว่าการ โฆษณา ออนไลน์เว็บไซต์มีความแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม โดยเว็บไซต์ยอมให้ผู้บริโภคเป็นผู้ควบคุมการ นำเสนอข้อมูลลำดับขั้นตอนของการนำเสนอ และระยะเวลาของการจัดหา รวมทั้งการเข้าถึงข้อมูล

Ariely (2000 อ้างถึงใน Richard & Chebat, 2016) กล่าวว่า ทักษคติ ออนไลน์มีความคล้ายคลึงกับทัศนคติต่อสื่อโฆษณาในรูปแบบดั้งเดิม เพราะเว็บไซต์เป็นที่กระจาย ข่าวสารข้อมูลและทัศนคติต่อแบรนด์อาจจะเท่ากับเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นตัวสินค้าของเว็บไซต์ ซึ่งจะสามารถสร้างทัศนคติที่ดีของบริษัทได้

#### 2.2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมทั้ง ภายในและภายนอก ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภค ที่เกี่ยวกับการซื้อหรือการใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนี้ (ชูชัย สมิทธิไกร, 2556)

2.2.5.1 ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการเป็นปัจเจก บุคคลของผู้บริโภค ได้แก่

1) การรับรู้ (Perception) หมายถึง การให้ความสนใจ การเปิดรับ และแปล ความหมายเมื่อได้รับข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงสิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่น การรับรู้ข่าวสารของ เกมออนไลน์ที่ตัวผู้บริโภคสนใจ การมีปฏิริยาต่อภาพที่สวยงามของเกมออนไลน์ที่ได้เห็น หรือ โปรโมชันดึงดูดของทางผู้พัฒนาเกม เป็นต้น

2) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร ของบุคคลจากประสบการณ์ที่ได้รับ เช่น ผู้บริโภคเคยเล่นเกมที่ตีเกมหนึ่งของบริษัทไป เมื่อบริษัทนี้ ทำเกมอีก ผู้บริโภคจะเกิดการเรียนรู้และคาดหวังว่าเกมต่อไปจะต้องดีอย่างแน่นอน ไปจนถึงการชื่น ชมผลงานของผู้สร้างแม้ผลงานชิ้นที่สอง อาจไม่ดีเท่าชิ้นแรก

3) บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะท่าทางอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ของบุคคล สามารถใช้บ่งชี้ความเป็นปัจเจกบุคคล และเป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์กับ

สถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลแต่ละคน เช่น คนที่รักอิสระอาจจะต้องการเล่นเกมประเภทผจญภัยแฟนตาซีมากกว่าคนที่ยึดในกฎระเบียบอยู่บนหลักความเป็นวิทยาศาสตร์

4) ความต้องการและแรงจูงใจ (Need and Motivation) หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดความปรารถนาขึ้น ทำให้บุคคลคนหนึ่งเกิดการตื่นตัวและพลังที่จะทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ตัวเองนั้นบรรลุในสิ่งที่ต้องการ เช่น คนที่เล่นเกมแนวต่อสู้เก่งเพราะอยากจะเอาชนะคนอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง เป็นต้น

5) ค่านิยมและวิถีชีวิต (Values and Lifestyles) ค่านิยมเป็นสิ่งที่อยู่ในรูปแบบความเชื่อของบุคคลที่ใช้เป็นมาตรฐานตัดสินว่าสิ่งไหนดีหรือสิ่งไหนเลว อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคน คำว่าวิถีชีวิต เป็นคำที่ใช้บอกรูปแบบของการดำเนินชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาในเรื่องต่าง ๆ เช่น กิจกรรม, ความคิดเห็น และสิ่งที่สนใจ เปรียบดังคนที่เล่นเกมจำลองการขับรถเพราะมีความชื่นชอบในรถรุ่นนั้นแต่ไม่มีโอกาสได้ขับจึงเลือกที่จะหาเกมประเภทนี้มาทดแทนสิ่งที่ขาดไป หรือหมายถึงเกมที่กำลังเป็นกระแสมา ๆ จนทำให้ทุกคนต้องเล่นเกม ๆ นี้เพื่อไม่ให้ตัวเองตกกระแส

6) ทักษะคติ (Attitude) หมายถึง การประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนได้ข้อสรุป ใช้บ่งชี้ว่าสิ่งไหนดีหรือสิ่งไหนเลว ใช้ตัดสินว่าสิ่งไหนชอบหรือไม่ชอบ น่าพอใจหรือไม่น่าพอใจ ไปจนถึงมีประโยชน์หรือเป็นอันตราย เป็นต้น

2.2.5.2 ปัจจัยภายนอก คือ สภาพแวดล้อมภายนอกของผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ได้แก่

1) วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง รูปแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไปจนถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากมนุษย์ สิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคติและแบบแผนพฤติกรรมที่ยึดถืออยู่ในสังคมนั้น และมีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง เช่น การที่คนเลือกเล่นเกมที่มักมีวัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้าไปผสมผสาน หรือเกมฟีลลิ่งชาติไทยอย่างอารยาที่คนไทยให้ความสนใจ เป็นต้น

2) ครอบครัว (Family) หมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มีความเกี่ยวพันทางสายเลือด หรือการสมรส หรือการรับเลี้ยงดูบุคคลที่เข้ามาอาศัยอยู่ด้วยกัน เช่น ครอบครัวมีผลต่อการเลือกเล่นเกมมากน้อยแค่ไหน อย่างกรณีเกมของ Nintendo จะเน้นเกมที่สามารถเล่นด้วยกันในครอบครัวได้อย่างสนุกสนาน

3) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของบุคคลคนหนึ่ง โดยมีการนำมุมมองหรือค่านิยมของกลุ่มอ้างอิงมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล เช่น เพื่อนหรือคนดังที่ชอบเกมนี้ คนที่ติดตาม

ผลงานก็จะชอบเล่นเกมนี้ตามไปด้วย เป็นอีกหนึ่งเทคนิคที่บริษัทเกมออนไลน์มักใช้เป็นการตลาด ในการดึงดูดคนเข้ามาเล่นเกม

4) ชั้นทางสังคม (Social Class) หมายถึง การจำแนกกลุ่มบุคคลในสังคม ออกเป็นลำดับชั้น โดยบุคคลที่อยู่ในชั้นเดียวกันจะมีความคล้ายคลึงในด้านค่านิยม วิถีชีวิต ความสนใจพฤติกรรม สถานะทางเศรษฐกิจและการศึกษา เช่นกลุ่มคนที่มีฐานะไม่ค่อยคืออาจชอบเกมออนไลน์ประเภทเล่นฟรีมากกว่าเกมออนไลน์ที่มาจากบริษัทใหญ่แต่เสียเงินมากกว่า เป็นต้น

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ทั้งสองปัจจัยเป็นสิ่งที่ผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคก่อนข้างสูง ข้อมูลเหล่านี้ เป็นสิ่งที่สำคัญสามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ผลิตเกมออนไลน์ต้องการได้

## 2.2.6 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2.6.1 Hedonic-motivation system adoption model (HMSAM) (Lowry, Gaskin, Twyman, Hammer & Roberts, 2013 อ้างถึงใน พุฒตาล ปราชญ์ศรีภูมิ, 2561) เป็นรูปแบบการยอมรับของระบบแรงจูงใจจากความชอบ HMS คือระบบที่ใช้เพื่อตอบสนองแรงจูงใจที่แท้จริงของผู้ใช้ พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ ความสนุกสนาน (Joy), การควบคุม (Control) และความอยากรู้ (Curiosity) รูปแบบงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎี ที่เกี่ยวกับการยอมรับรูปแบบนี้ เช่น งานวิจัยเกี่ยวกับเกมออนไลน์ (Online Gaming), โลกเสมือน (Virtual Worlds), การซื้อสินค้าออนไลน์ (Online Shopping), การเรียนรู้และการศึกษา (Earning/Education), การนัดหมายออนไลน์ (Online Dating) ที่เก็บข้อมูลเพลงดิจิทัล (Digital Music Repositories), Social Network (ระบบเครือข่ายสังคม) และการนำเสนอแนวคิดและกลไกของเกมมาประยุกต์ใช้กับสภาพแวดล้อมที่ไม่ใช่เกม เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ หรือเพื่อสร้าง Engagement ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง (Gamified Systems, and for General Gamification) ซึ่งเป็นการขยายออกมาจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีแบบทั่วไป (TAM) (Davis et al., 1989)

2.2.6.2 เจตน์จันท์ เกิดสุข และ ลัทธสิทธ์ ทวีสุข (2562) ได้อธิบาย ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจได้ถูกนำไปศึกษาวิจัยกับสื่อที่หลากหลายตั้งแต่สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต (Ruggiero, 2000) นอกจากนี้ยังมีนักวิจัยนำทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ มาใช้กับวิดีโอเกม (เช่น Hamari & Sjöblom, 2017; Pizzo et al., 2018; Macey & Hamari, 2018; Cheung & Huang, 2011; Robinson & Trail, 2005) การศึกษาเหล่านี้เน้นการศึกษาที่แรงจูงใจเพื่อความพึงพอใจของบุคคลโดยใช้เครื่องมือวัดแรงจูงใจ (Motivation Scale) ที่นำไปสู่พฤติกรรม

บางอย่าง เช่น ความบ่อยครั้งในการเล่นเกมนั้น, ปริมาณในการเล่นเกมนั้น และพฤติกรรมในการส่งต่อ (Sharing) จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมาผู้วิจัยได้สรุปว่าตัวแปรของ Katz (1973) และ West กับ Turner (2010) มีความเหมาะสมในการใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ (Cognitive), ด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective), ด้านความพึงพอใจของตนเอง (Personal Integrative), ด้านการมีส่วนร่วมกับสังคม (Social Integrative) และด้านการผ่อนคลาย (Tension Release)

### 2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในปี พ.ศ. 2554 สุกเสกข์ ประจักษ์สูวิดิ (2554) ได้ศึกษาทัศนคติต่อการดาวน์โหลดเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ ในครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่นที่เคยใช้บริการดาวน์โหลดเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการหาค่า t-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) วิเคราะห์ความแตกต่าง (Brown-forsythe) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 6,001 – 8,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ บริการ ด้านราคา และด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับดี และมีพฤติกรรม ดาวน์โหลดเกมสละค่า มีมูลเหตุจูงใจการดาวน์โหลดเกมสละคือ เป็นเกมส์ยอดนิยม มีความถี่การใช้บริการอยู่ที่ระดับ 1-5 ครั้ง ส่วนใหญ่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดต่อครั้ง ฟรี มีแนวโน้มการใช้บริการอีกในอนาคตอยู่ที่ระดับ ไม่แน่ใจ มีการแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการอยู่ที่ระดับไม่แน่ใจ

ใน พ.ศ. 2555 สิทธิชน โชติ ตรงดี (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมในสมาร์ตโฟนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมของคนวัยทำงาน พบว่า ระบบปฏิบัติการที่กลุ่มคนวัยทำงานเลือกใช้มากที่สุด ได้แก่ ระบบ Android ส่วนใหญ่ดาวน์โหลดเกมผ่านระบบ WiFi และเลือกดาวน์โหลดโดยการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และติดตั้งจำนวน 11-20 เกม เกมที่ดาวน์โหลดมีราคา 60 บาท ส่วนมากจะเล่นเกมสมาร์ตโฟนทุกวัน ใช้เวลาเล่น

ประมาณ 1 ชั่วโมงขึ้นไป ช่วงเวลาเช้า 08.01-12.00 น. และเล่นในทุกสถานที่ขึ้นอยู่กับเวลาและโอกาส เนื้อหาของเกมสมาร์ตโฟนของกลุ่มคนวัยทำงานส่วนใหญ่เลือกเล่นเกมสมาร์ตโฟนจากเนื้อหาของเกมประกอบเป็นอันดับแรก เนื้อเรื่องของเกมที่ชอบ ได้แก่ เกมสยองขวัญ เลือกเนื้อหาของภาพที่มีรายละเอียดสมจริง คมชัดสูงมากที่สุด เนื้อหาของเสียงจะเลือกเสียงประกอบหรือเพลงบรรเลงที่เข้ากับสถานการณ์ในเกม และเพลงที่นำมาจากนักร้องหรือวงดนตรีที่มีชื่อเสียง และนิยมเลือกตัวละครที่สามารถพัฒนาความสามารถ เปลี่ยนเสื้อผ้า อาวุธได้ โดยใช้เหตุการณ์และสถานที่ในอนาคตในการดำเนินเรื่อง เนื้อหาที่นิยม ได้แก่ เนื้อหาของภาพกราฟิกที่สวยงามเข้ากับการดำเนินเรื่องในเกม เกมที่ไม่ชอบเล่นมากที่สุด ได้แก่ เกมที่เล่นแล้วไม่ตื่นเต้น ไม่ท้าทาย ประโยชน์ที่ได้รับจากการเล่นเกมสมาร์ตโฟน ส่วนใหญ่เพื่อการฝึกสมาธิ ใหวพริบ และได้ทักษะด้านการใช้ภาษาต่างประเทศมากที่สุด ทำให้มีใหวพริบคิดอย่างเป็นระบบ ด้านสังคมทำให้พบเพื่อนใหม่ สังคมใหม่ ส่วนความรู้ที่ได้รับ ได้แก่ ด้านซอฟต์แวร์ การติดตั้งเกม อพเททซอฟต์แวร์

ในปี พ.ศ. 2557 พงศกร เพชรเจริญ (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มบุคคลวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-59 ปี ทั้งชายและหญิงที่อาศัยหรือทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยครั้งนี้ใช้เกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งกำหนดเป็นบุคคลที่มีการใช้บริการหรือเล่นเกมออนไลน์ รวมทั้งหมดจำนวน 210 คน โคนการออกแบบสอบถามออนไลน์ โดยยอมให้ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มเท่ากับ 0.05 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่า t-test การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Tests) ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษา พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นเกมนอนไลน์น้อยที่สุดคือ Smartphone ช่วงเวลาที่เล่นเกมออนไลน์มากที่สุดคือ 20.01-24.00 เลือกเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG มากที่สุด

ในปี พ.ศ. 2558 ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558 พบว่า เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่ตัวอย่างได้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง มีค่าความเชื่อถือได้ 0.876 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 21 –

25 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนในช่วง 10,000 – 20,000 บาท ความถี่ที่เล่นเกมออนไลน์ 2-5 ครั้ง/ เดือน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อวันที่เล่นเกมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมง/ วัน ช่วงเวลาปกติที่เล่นเกมออนไลน์ 6.00 - 12.00 น. (เย็น – กลางคืน) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้บริการเกมออนไลน์ ไม่เคยเติมหรือเสียค่าบริการ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์คือพักผ่อน หายใจทำยามว่างจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทัศนคติ การยอมรับการใช้เทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในปี ค.ศ. 2015 Cota (2015) ได้ทำการศึกษา Mobile game design for the elderly: A study with focus on the motivation to play ได้กล่าวว่า ผู้เล่นเกมที่จะเล่นเกมได้ทุกเพศทุกวัยเพียงแต่ต้องออกแบบเกมให้ตรงกับความต้องการของผู้เล่นเกมแต่ละวัยเท่านั้นเอง จากการวิจัยโดยการให้ผู้สูงอายุลองเล่นเกมที่ถูกรับปรุงให้เหมาะสมแก่พวกเขาและได้ให้พวกเขาทำแบบสอบถามและมีการสัมภาษณ์ โดยผลการวิจัยสรุปได้ว่า แรงจูงใจที่ทำให้ผู้สูงอายุเลือกที่จะเล่นเกมก็คือ เกมที่สามารถทำให้พวกเขาได้มีการฝึกฝนเพื่อต่อต้านความผิดปกติในด้านระบบความจำและเกมที่สามารถเป็นแรงบันดาลใจให้พวกเขาได้มีชีวิตส์ต่อไป และยังได้กล่าวถึงแรงจูงใจและเกมดิจิทัลไว้ว่า แรงจูงใจในขณะที่เล่นเกมมีถือือสำหรับในกรณีตัวอย่างของผู้สูงอายุนั้นมาจากการที่ได้เล่นเกมแล้วเกิดความสุขสนุกสนาน หรือมีความสุขที่ได้เล่นนั่นเอง

ในปี ค.ศ. 2015 Hussain (2015) ได้ทำการศึกษา An Exploratory Study of the Association between Online Gaming Addiction and Enjoyment Motivations for Playing Massively Multiplayer Online Role-Playing Games พบว่า ชนิดของเกมที่จะจูงใจในการเล่น (Game Types Motivation to Play) นั้น จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเล่นเกมที่สูงมากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งประเภทเกมที่สามารถจูงใจผู้เล่นได้ดังต่อไปนี้ เกมที่แปลกใหม่ (Novelty) เกมที่เล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม (Social and Discovery-Oriented) เกมที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรง (Aggressive, Anti-Social, Non-Curious) เกมที่มีการแข่งขันภายในสังคมสูง (Highly Social and Competitive) เกมที่จะเชื่อมโยงสังคมรอบตัวของผู้เล่นได้ (Social) เกมที่เน้นความสนุกสนาน (Low Intensity Enjoyment) และมีระดับชนชั้นทางสังคม (Social Classes) ซึ่งพฤติกรรมความชอบของเกมแต่ละประเภทนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้าน เพศและอายุ และเมื่อเกมที่ผู้เล่นเลือกเล่นนั้น มีความน่าจูงใจและดึงดูดผู้เล่นได้มาก จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการติดเกมต่อมา



ในปี พ.ศ. 2559 ภคกร กลุ่มเพชรมงคล (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของ ชนิดของเกมที่สูงใจในการเล่น พฤติกรรมในการติดเกม เหตุผลในการเล่นเกมน่าทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้จำนวนผู้เล่นในเกม อิทธิพลของคอนโทรลในการเล่น ความเบื่อกับใจในการเล่น การติดต่อกับผู้อื่นในการเล่น การแสวงหาสาระในการเล่น การแบ่งปันสาระในเกม ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเล่น จากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร ช่วงเดือน สิงหาคม ถึง กันยายน 2558 จำนวน 271 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความเบื่อกับใจในการเล่น และปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่น ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพล ได้ร้อยละ 68.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ในปี พ.ศ. 2559 สรวิศ วิฑูกิจ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติในการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลดของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตบางนา ในกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านประโยชน์ในด้านราคา ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของสินค้า ปัจจัยด้านความสนุกสนาน ปัจจัยด้านการรับรู้ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้งาน ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านการยอมรับความเสี่ยงที่มีผลต่อทัศนคติในการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลดของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตบางนาในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือน พฤษภาคม 2560 และมีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามจำนวน 251 ชุด โดยใช้ความถี่ถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 22-26 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 20,001 – 30,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลด คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน ช่องทางการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลด คือ เว็บไซต์ ใช้อุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลด คือ คอมพิวเตอร์ จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อแต่ละครั้ง คือ 501 – 1,000 บาท และ พบว่า ปัจจัยการยอมรับความเสี่ยง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.691 ปัจจัยความสนุกสนาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.640 และปัจจัยการรับรู้ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.298 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ ถึงร้อยละ 77.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้จัดการด้านการตลาดควรวางแผน

กลยุทธ์ที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลด โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการยอมรับความเสี่ยงปัจจัยด้านความสนุกสนาน และปัจจัยด้านการรับรู้ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดทัศนคติในการซื้อเกมรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลดของผู้บริโภคได้

ในปี พ.ศ. 2560 ณรรณฤทธิ์ รัตนพิมล (2560) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์ โนบาย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์ โนบาย ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านความนิยมของเกม และมี Feature ที่กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันเป็นกลุ่ม สุดท้ายคือปัจจัยด้านราคา สำหรับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์ โนบายมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์ โนบายแตกต่างกัน โดยผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกลุ่มอื่น

ในปี พ.ศ. 2560 ชัญญากร บุญมี (2560) ได้ทำการศึกษา อັตลักษณ์เสมือนกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนเครือข่ายสังคมเกมออนไลน์ พบว่า 1) รูปแบบการสร้างอັตลักษณ์เสมือนเป็นรูปแบบที่มีความหมายหลากหลายเช่นเดียวกับการแสดงออกถึงตัวตนของตนเองในที่ที่เป็นอยู่ในโลกความเป็นจริง แต่ในความหลากหลายที่เกิดขึ้น ไม่ได้มีรูปแบบตายตัว หรือมีกฎเกณฑ์ที่บังคับการสร้างตัวละครหรืออັตลักษณ์ที่เกิดขึ้น 2) ผู้เล่นเกมอาจสร้างอັตลักษณ์ที่มีความเสมือนหรือมีความแตกต่างก็สามารถเกิดขึ้นได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดในการสร้างอັตลักษณ์ภายในเกม ดูเหมือนผู้เล่นเกมเป็นคนกำหนดอັตลักษณ์เสมือน แต่แท้จริงแล้วเกมเป็นตัวควบคุมอັตลักษณ์ของผู้เล่นเกม 3) การใช้อັตลักษณ์เสมือนในการเล่นเกมนออนไลน์ ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนเครือข่ายสังคมเกมออนไลน์ ผ่านระบบการสื่อสารภายในเกม อັตลักษณ์เสมือนเป็นตัวดึงดูดการเริ่มต้นความสัมพันธ์ ผู้เล่นเกมมีการเลือกคู่สนทนาและกำหนดความสัมพันธ์ว่าจะพัฒนาความสัมพันธ์ต่อหรือยุติลงระหว่างผู้เล่นเกมออนไลน์ 4) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนเครือข่ายสังคมเกมออนไลน์ ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้เล่นเกมในรูปแบบชุมชนย่อยขึ้นมา และส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้เล่นเกมออนไลน์ โดยผลกระทบที่เกิดขึ้น ไม่ได้หมายถึงผลกระทบในด้านลบ แต่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นที่เรียกว่ามิตรภาพ

ในปี พ.ศ. 2561 จิตติ ศรีสินธรา (2561) ได้ศึกษาคุณลักษณะของเกมออนไลน์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้เล่นเกมออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อสำรวจคุณลักษณะของเกมออนไลน์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกมออนไลน์ของผู้บริโภค และ 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของผู้บริโภค รูปแบบการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ ใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค (Facebook) ได้จำนวนผู้ที่เล่นเกมออนไลน์ทั้งหมด 589 คน ผลการวิจัยพบว่า ในด้านประชากรศาสตร์ผู้เล่นเกมส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 72 ในด้านอายุค่อนข้างกระจายตัว โดยมีช่วงอายุ 16-20 ปีมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 25 และเป็นนักเรียนนักศึกษาถึงร้อยละ 71 ในด้านคุณลักษณะเกมออนไลน์ผู้เล่นเกมออนไลน์ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกได้แก่ เกมที่ไม่มีโปรแกรมโกงการเล่น เนื่องจากกระแสของประเภทเกมที่เล่นในปัจจุบันนั้นเป็นรูปแบบเกมที่เน้นการแข่งขันค่อนข้างสูง การโกงจึงเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ในการเล่นภายในสังคมของคนเล่นเกมนั้น ตามด้วยเป็นเกมที่มิเนื้อเรื่องหรือเนื้อหาของเกมมีความน่าสนใจ และด้านเป็นเกมที่เปิดให้ผู้เล่นปรับแต่งตัวละครของผู้เล่นได้โดยอิสระเป็นลำดับสุดท้าย ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้แก่ เพื่อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การเล่นเกมออนไลน์เป็นอันดับแรกเพื่อรับข้อมูลข่าวสารการเคลื่อนไหวของเกม que เล่นอยู่ในปัจจุบัน และเพื่อรับข้อมูลข่าวสารเกมออนไลน์ที่ออกมาใหม่เป็นลำดับสุดท้าย ส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายไปกับเกมออนไลน์เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ ต่ำกว่า 500 บาทต่อเดือน จำนวนร้อยละ 65 และเน้นเล่นเกมออนไลน์ที่บ้านเป็นหลักถึงร้อยละ 93 ด้านประเภทเกมที่เล่นยังคงเป็นไปตามกระแสของทิศทางโลกในปัจจุบัน ได้แก่ 1. MOBA 2. Action 3. RPG

ในปี พ.ศ. 2561 ณัฐกิตติ์ จังพานิช (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยการวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษาสูงสุด, อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงานที่แตกต่างกัน และการศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความเพลิดเพลิน ที่มีต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยคือ ประชาชนในวัยรุ่นและวัยทำงาน อายุ 15- 60 ปี ที่เล่นหรือเคยเล่นเกมภาษามาก่อน จำนวน 400 ราย สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอ้างอิงด้วยการทดสอบที การทดสอบเอฟ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา

ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ความเพลิดเพลิน ทักษะคิดที่มีต่อการเล่นเกมกาษา และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมกาษา

ในปี พ.ศ. 2561 พศิน เหล่าแสงธรรม (2561) ได้ศึกษาความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นโปเกม่อนโก ในสังคมไทย ได้ทำการเก็บตัวอย่างผลสำรวจเป็นสองแบบคือ การสัมภาษณ์ผู้เล่นเกมโปเกม่อนโก ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่สอดคล้องต่อความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นโปเกม่อนโกในทุกด้าน โดยด้านที่ผู้เล่นโปเกม่อนโกมีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนมากที่สุดคือ ด้านความเป็นสมาชิก รองลงมาคือด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน และด้านการร่วมเติมเต็มความต้องการต่อกันและกัน รองลงมาอีกด้านคือ ด้านความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่น และแบบสอบถาม พบว่า โดยภาพรวมผู้เล่นเกมโปเกม่อนโก ส่วนใหญ่มีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่นโปเกม่อนโกอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเป็นสมาชิก รองลงมาคือ ด้านความมีอิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่น ถัดมาคือ ด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน และด้านการร่วมเติมเต็มความต้องการต่อกันและกัน ตามลำดับ

ในปี ค.ศ. 2019 Khanmurzina (2019) ได้ทำการศึกษา Computer Games Influence on Everyday Social Practices of Students-Gamers พบว่า เกมคอมพิวเตอร์เป็นปรากฏการณ์สื่อใหม่ของสังคมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิตประจำวัน ปัญหาของการศึกษางานวิจัยนี้เกิดขึ้นมาจาก เกมคอมพิวเตอร์ได้รับความนิยม และมีอิทธิพลต่อผู้เล่นมากขึ้นเรื่อย ๆ เกิดเป็นวิถีชีวิต ทักษะคิด รวมถึงพฤติกรรมสื่อสารในรูปแบบใหม่ การศึกษางานวิจัยนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ ที่ช่วยให้สามารถเปิดเผยผลกระทบของเกมคอมพิวเตอร์ในหลายแง่มุมมากขึ้น จากการศึกษา พบว่า เกมพยายามรวมผู้คนและสอนให้ผู้คนรู้จักการทำงานร่วมกันเป็นทีม เกมเมอร์มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หรือแม้แต่งานประชุมเกมสำคัญต่าง ๆ สำหรับในงานกิจกรรมเกมดังกล่าวสามารถทำให้ผู้เล่นเกมได้มาพบปะผู้คนใหม่ ๆ ได้พัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ พัฒนาทักษะการสื่อสาร รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรื่องราวที่สนใจซึ่งกันและกัน

ในปี พ.ศ. 2562 กชกร เพชรนุกูลเกียรติ (2562) ได้ทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจเป็น ออนไลน์อินฟลูเอนเซอร์ด้านแคสเตอร์เกมของวัยรุ่น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้สื่อเกมส์แทบจะทุกช่วงเวลา มีระยะเวลาใช้สื่อมากที่สุด 8 ชั่วโมง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม คือ การเล่นเกม ด้านความสนใจ คือ การติดตามข่าวสาร เกี่ยวกับเกมผ่านทางสื่อสังคม ด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเลือกเล่นเกมหลากหลายประเภท นอกจากนี้ผลการศึกษาด้าน

ปัจจัยด้านครอบครัว สังคม และความคาดหวังของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ปกครองไม่ได้คาดหวังในการเลือกอาชีพ และผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีเป้าหมายการประกอบอาชีพเป็นของตนเอง และปัจจัยด้านความเข้าใจในลักษณะงาน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเข้าใจลักษณะและการปฏิบัติตนของแคสเตอร์ว่าจะได้รับรายได้สิทธิพิเศษและระยะเวลาที่ใช้ในการแคสเกมส์แต่ละครั้ง อย่างไรก็ตาม อาชีพแคสเตอร์ไม่มั่นคงควรเลือกเป็นอาชีพเสริม หากต้องการสร้างให้เป็นอาชีพหลัก ต้องสร้างจำนวนผู้ติดตามให้มากเพียงพอที่จะทำให้มีรายได้มั่นคง สำหรับความคุ้มค่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ระบุว่า ทำให้มีความสุขและไม่คำนึงถึงค่าตอบแทน

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	ผลที่ได้รับ
1. ศุภเสกข์ ประจักษ์สุวิณี, 2554	ทัศนคติต่อการดาวน์โหลดเกมส์บน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ ผู้บ ริ โภ ค ใน เขต กรุงเทพมหานคร	พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 6,001 – 8,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา และด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับดี
2. สิทธิชน โชติ ตรงดี, 2555	ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมในสมาร์ต โฟนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร	พบว่า ระบบปฏิบัติการที่กลุ่มคนวัยทำงานเลือกใช้มากที่สุด ได้แก่ ระบบ Android ส่วน ใหญ่ดาวน์โหลดเกมผ่านระบบ WiFi และเลือกดาวน์โหลดโดยการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และติดตั้งจำนวน 11-20 เกมเกมที่ดาวน์โหลดมีราคา 60 บาท ส่วนมากจะเล่นเกมสมาร์ต โฟนทุกวัน ใช้เวลาเล่นประมาณ 1 ชั่วโมงขึ้นไป ช่วงเวลาเช้า 08.01-12.00 น. และเล่นในทุกสถานที่ที่ขึ้นอยู่กับเวลาและโอกาส เนื้อหาของเกมสมาร์ต โฟน

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	ผลที่ได้รับ
		ของกลุ่มคนวัยทำงานส่วนใหญ่เลือกเล่นเกมสมาร์ตโฟนจากเนื้อหาของเพลงประกอบเป็นอันดับแรก
3. พงศกร เพชรเจริญ, 2557	พฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร	พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นเกมออนไลน์บ่อยที่สุดคือ Smartphone ช่วงเวลาที่เล่นเกมออนไลน์มากที่สุดคือ 20.01-24.00 เลือกเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG มากที่สุด
4. ธนพัทธ์ เอมะบุตร, 2558	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558	พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทัศนคติ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีและรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ภกกร ลุ่มเพชรมงคล, 2559	ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในเขตสาทรคลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร	พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความเบิกบานใจในการเล่น และปัจจัยด้านการแสวงหาสาระในการเล่นเกม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพล ได้ร้อยละ 68.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
6. สรวิศ วิฑูกิจ, 2559	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติในการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลดของผู้บริโภคในเขตประเวศและ	พบว่า ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการด้านการตลาดควรวางแผนกลยุทธ์ที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลด โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการยอมรับ

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	ผลที่ได้รับ
	เขตบางนาใน กรุงเทพมหานคร	ความเล็งปัจจัยด้านความสนุกสนาน และปัจจัยด้านการรับรู้ ความปลอดภัย ด้านเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดทัศนคติใน การซื้อเกมรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลด โหลดของผู้บริโภคได้
7. ณรรณฤทธิ รัตนพิมล, 2560	ปัจจัยส่วน ประสม ทาง การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โม บาย	พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีการ ตัดสินใจเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โม บายมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ที่ แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเล่น เกมผ่านอุปกรณ์โมบายแตกต่างกัน โดยผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของ ระดับการตัดสินใจเลือกเล่นเกม มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกลุ่ม อื่น
8. ธัญญากร บุญมี, 2560	อัตลักษณ์เสมือนกับการสร้าง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบน เครือข่ายสังคมเกมออนไลน์	พบว่า 1) รูปแบบการสร้างอัตลักษณ์ เสมือนเป็นรูปแบบที่มีความหมาย หลากหลายเช่นเดียวกับการแสดงออก ถึงตัวตนของตนเองในที่เป็นอยู่ใน โลกความเป็นจริง แต่ใน ความ หลากหลายที่เกิดขึ้น ไม่ได้มีรูปแบบ ตายตัว หรือมีกฎเกณฑ์ที่บังคับการ สร้างตัวละครหรืออัตลักษณ์ที่เกิดขึ้น 2) ผู้เล่นเกมอาจสร้างอัตลักษณ์ที่มี ความเสมือนหรือมีความแตกต่างก็ สามารถเกิดขึ้นได้ เนื่องจากมีข้อจำกัด การสร้างอัตลักษณ์ภายในเกม

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	ผลที่ได้รับ
		<p>ดูเหมือนผู้เล่นเกมเป็นคนกำหนดอัตลักษณ์เสมือน แต่แท้จริงแล้วเกมเป็นตัวควบคุมอัตลักษณ์ของผู้เล่นเกม 3) การใช้อัตลักษณ์เสมือนในการเล่นเกมนอนไลน์ ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนเครือข่ายสังคมเกมออนไลน์ ผ่านระบบการสื่อสารภายในเกม อัตลักษณ์เสมือนเป็นตัวดึงดูดการเริ่มต้นความสัมพันธ์ ผู้เล่นมีการเลือกคู่สนทนาและกำหนดความสัมพันธ์ว่าจะพัฒนาความสัมพันธ์ต่อหรือยุติลงระหว่างผู้เล่นเกมออนไลน์ 4) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนเครือข่ายสังคมเกมออนไลน์ ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้เล่นเกมในรูปแบบชุมชนย่อยขึ้นมา และส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้เล่นเกมออนไลน์ โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่ได้หมายถึงผลกระทบในด้านลบ แต่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นที่เรียกว่ามิตรภาพ</p>
9. จิตติ ศรีสินธรา, 2561	การศึกษาคุณลักษณะของเกมออนไลน์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้เล่นเกมออนไลน์	พบว่า ผู้เล่นเกมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ในด้านอายุค่อนข้างกระจายตัว โดยมีช่วงอายุ 16-20 ปีมากที่สุด ในด้านคุณลักษณะเกมออนไลน์ผู้เล่นเกมออนไลน์ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ เกมที่ไม่มีโปรแกรมโกง ตาม



ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	ผลที่ได้รับ
		<p>ด้วยเป็นเกมที่มีเนื้อเรื่องหรือเนื้อหาของเกมมีความน่าสนใจ ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ เพื่อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การเล่นเกมนออนไลน์เป็นอันดับแรกเพื่อรับข้อมูลข่าวสารการเคลื่อนไหวของเกมที่กำลังอยู่ในปัจจุบัน และเพื่อรับข้อมูลข่าวสารเกมออนไลน์ที่ออกมาใหม่เป็นลำดับสุดท้าย ส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายไปกับเกมออนไลน์เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 500 บาทต่อเดือน จำนวนร้อยละ 65 และเน้นเล่นเกมออนไลน์ที่บ้านเป็นหลักถึงร้อยละ 93 ด้านประเภทเกมที่เล่นยังคงเป็นไปตามกระแสของทิศทางโลกในปัจจุบัน ได้แก่ 1. MOBA 2. Action 3. RPG</p>
10. ณัฐกิตติ์ จังพานิช, 2561	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงาน	พบว่า อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อบุคคลต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ความเพลิดเพลิน ทัศนคติที่มีต่อการเล่นเกมภาษา และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษา

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	ผลที่ได้รับ
11. พศิน เหล่าแสงธรรม, 2561	ความรู้สึกรู้สึกถึงความเป็นชุมชน ของกลุ่มผู้เล่น ไปเกมออนไลน์ ในสังคมไทย	ได้ทำการเก็บตัวอย่างผลสำรวจเป็น สองแบบคือ การสัมภาษณ์ผู้เล่นเกม ไปเกมออนไลน์ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ สอดคล้องต่อความรู้สึกถึงความเป็น ชุมชนของกลุ่มผู้เล่น ไปเกมออนไลน์ ทุกด้าน โดยด้านที่ผู้เล่นไปเกมออนไลน์ มีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนมาก ที่สุด คือ ด้านความเป็นสมาชิก รองลงมาคือด้านการแบ่งปันอารมณ์ ความรู้สึกร่วมกัน และด้านการร่วม เติมเต็มความต้องการต่อกันและกัน รองลงมาอีกด้านคือ ด้านความมี อิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่น และ แบบสอบถาม พบว่า โดยภาพรวมผู้ เล่นเกมไปเกมออนไลน์ ส่วนใหญ่มี ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่ม ผู้เล่นไปเกมออนไลน์อยู่ในระดับปาน กลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความ เป็นสมาชิก รองลงมาคือ ด้านความมี อิทธิพลต่อกันระหว่างผู้เล่น ถัดมาคือ ด้านการแบ่งปันอารมณ์ความรู้สึก ร่วมกัน และด้านการร่วมเติมเต็ม ความต้องการต่อกันและกัน ตามลำดับ

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	ผลที่ได้รับ
12. กชกร เพชรนุกุลเกียรติ, 2562	รูปแบบการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจเป็น ออนไลน์ อินฟลูเอนเซอร์ด้าน แคลสเตอร์เกมของวัยรุ่น	<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้สื่อเกมส์แทบจะทุกช่วงเวลา มีระยะเวลาใช้สื่อมากที่สุด 8 ชั่วโมง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม คือ การเล่นเกมด้านความสนใจ คือ การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเกมผ่านทางสื่อสังคม ด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเลือกเล่นเกมหลากหลายประเภท นอกจากนี้ผลการศึกษาด้าน ปัจจัยด้านครอบครัว สังคม และความคาดหวังของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ปกครองไม่ได้คาดหวังในการเลือกอาชีพ และผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีเป้าหมายการประกอบอาชีพเป็นของตนเอง และปัจจัยด้านความเข้าใจในลักษณะงาน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเข้าใจลักษณะและการปฏิบัติตนของแอสเตอร์ว่าจะได้รับรายได้สิทธิพิเศษและระยะเวลาที่ใช้ในการแอสเตอร์แต่ละครั้ง อย่างไรก็ตาม อาชีพแอสเตอร์ไม่มั่นคงควรเลือกเป็นอาชีพเสริม หากต้องการสร้างให้เป็นอาชีพหลัก ต้องสร้างจำนวนผู้ติดตามให้มากเพียงพอที่จะทำให้มีรายได้มั่นคง สำหรับความคุ้มค่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ระบุว่า ทำให้มีความสุขและไม่คำนึงถึงค่าตอบแทน</p>

ตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่องวิจัย	ผลที่ได้รับ
1. Cota, 2015	Mobile game design for the elderly: A study with focus on the motivation to play	พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้ผู้สูงอายุเลือกที่จะเล่นเกมก็คือ เกมที่สามารถทำให้พวกเขาได้มีการฝึกฝนเพื่อต่อต้านความผิดปกติในด้านระบบความจำและเกมที่สามารถเป็นแรงบันดาลใจให้พวกเขาได้มีชีวิตส์ต่อไป และยังได้กล่าวถึงแรงจูงใจและเกมดิจิทัลไว้ว่า แรงจูงใจในขณะที่เล่นเกมมีถือสำหรับในกรณีตัวอย่างของผู้สูงอายุนั้นมาจากการที่ได้เล่นเกมแล้วเกิดความสนุกสนาน หรือมีความสุขที่ได้เล่นนั่นเอง
2. Hussain, 2015	An exploratory study of the association between online gaming addiction and enjoyment motivations for playing massively multiplayer online role-playing game	พบว่า พฤติกรรมความชอบของเกมแต่ละประเภทนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านเพศและอายุ และเมื่อเกมที่ผู้เล่นเลือกเล่นนั้น มีความน่าจูงใจและดึงดูดผู้เล่นได้มาก จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการติดเกมต่อมา
3. Khanmurzina, 2019	Computer Games Influence on Everyday Social Practices of Students-Gamers	พบว่า เกมพยายามรวมผู้คนและสอนให้ผู้คนรู้จักการทำงานร่วมกันเป็นทีม เกมเมอร์มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หรือแม้แต่งานประชุมเกมสำคัญต่าง ๆ สำหรับในงานกิจกรรมเกมดังกล่าวสามารถทำให้ผู้เล่นเกมได้มาพบปะผู้คนใหม่ ๆ ได้พัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ พัฒนาทักษะการสื่อสาร รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรื่องราวที่สนใจซึ่งกันและกัน

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

ตารางที่ 2.3 เปรียบเทียบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัย ของ /เนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	ศุภเสถียร ประจักษ์สุวิทย์, 2554	สิทธิชน โชติตรงดี, 2555	ธนพัทธ์ เอมะบุตร, 2557	พงศกร เพชรเจริญ, 2557	กมลกร กลุ่มเพชรมงคล, 2559	ศรวิศ วิฑูรกิจ, 2559	ฉนวนฤทธิ รัตนพิณ, 2560	รัชฎายุกร บุญมี, 2560	จิตติ ศรีสินธรา, 2561	ณัฐกิตต์ จังพานิช, 2561	พทินิ หล้าแสงธรรม, 2561	กชกร เพชรบุณเกิดเกียรติ, 2562	Cota, 2015	Hussain, 2015	Khammurzina, 2019
1. เล่น เกมเพื่อ ความ บันเทิง					✓	✓		✓				✓	✓		✓
2. บีจีย ด้าน รายได้มี ผลต่อ การ ดาวน์โหลด เกม						✓	✓		✓	✓	✓	✓			
3. เพศ และอายุ มีผลต่อ การเล่น เกม			✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	
4. เล่น เกมผ่าน ระบบ ออนไลน์	✓	✓	✓	✓		✓		✓			✓	✓			✓
5. เล่น เกมผ่าน สมาร์ท โฟน	✓	✓	✓	✓	✓		✓				✓	✓			
6. เล่น เกมผ่าน คอมพิวเตอร์						✓		✓							✓

ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน เพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ผู้วิจัยขอเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 สมมติฐานทางสถิติ
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประเภทของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ คนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

##### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากร โดยศึกษาคนไทยผู้ซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ได้แก่ ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศ

โอมาน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546 อ้างถึงใน จักรพงษ์ สุขพันธ์, 2559) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ 0.05 โดยใช้สูตรคำนวณดังนี้

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (3-1)$$

โดยที่ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e แทน ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้มีค่าเท่ากับ 0.05

z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ทำให้ Z มีค่าเท่ากับ

1.96 ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)

p = สัดส่วนประชากรที่สนใจ

q = 1-p

เมื่อนำไปแทนค่าในสูตร โดยที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด คือ 95% โดย ค่า  $z = 1.96$  และค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมดที่ยอมรับได้ คือ 5% หรือค่า  $e = 0.05$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(1 - 0.5)}{(0.05)^2} \quad (3-2)$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 385 คน และ เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงสำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 15 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

### 3.3 สมมติฐานทางสถิติ

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานที่มี 4 ข้อ ดังต่อไปนี้

3.3.1 ผลสัมฤทธิ์ ของลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยที่อาศัยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน แตกต่างกัน

$H_0$  : ลักษณะประชากรที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ลักษณะประชากรที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \dots \neq \mu_k$$

เมื่อ  $\mu_1$  ถึง  $\mu_k$  แทน ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

3.3.2 ผลสัมฤทธิ์ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

$H_0$  : พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \dots \neq \mu_k$$

เมื่อ  $\mu_1$  ถึง  $\mu_k$  แทน พฤติกรรมการตัดสินใจ

3.3.3 ผลสัมฤทธิ์ ของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลางที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

$H_0$  : การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลางที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลางที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \dots \neq \mu_k$$



เมื่อ  $\mu_1$  ถึง  $\mu_k$  แทน การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทาง  
ตะวันออกกลาง

3.3.4 ผลสัมฤทธิ์ ของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง แตกต่าง  
กัน

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง  
ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง แตกต่าง  
กัน

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \dots \neq \mu_k$$

เมื่อ  $\mu_1$  ถึง  $\mu_k$  แทน รูปแบบการดำเนินชีวิต

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง พฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟน เพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยรายละเอียดในแบบสอบถามแบ่ง ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ให้เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามคัดกรองพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน โดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ให้เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating

Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales)

ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales)

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน มีผลทำให้เกิดทางเลือทางด้านความบันเทิงของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales)

ในส่วนที่ 3 – 5 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales)

ระดับคะแนน	ระดับความความคิดเห็น
1	Strongly not influence (มีอิทธิพลน้อยมาก)
2	Not influence (มีอิทธิพลน้อย)
3	Neutral (ซึ่งเป็นกลาง)
4	Influence (มีอิทธิพล)
5	Strongly influence (มีอิทธิพลมาก)

สำหรับเกณฑ์การประเมิน ผู้วิจัยจะใช้หลักการแบ่งช่วงแบบอันตรภาคชั้น (Class Interval) ซึ่งแบ่งคะแนนเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากการทำแบบสอบถาม คะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน จากนั้นนำมาหาถึงกลางพิสัย โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ได้ดังนี้

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \quad (3-3)$$

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = 0.8$$

ดังนั้น ช่วงระยะห่างของแต่ละอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.8 ซึ่งสามารถกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นเกี่ยวกับการเลือกเล่นเกมออนไลน์เพื่อความบันเทิงทางคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน (ฉรรณฤทธิ์ รัตนพิมล, 2560)

ตารางที่ 3.2 แสดงช่วงอันตรภาคชั้นใช้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็น

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยทางผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยตรง หรือให้ตอบแบบสอบถามผ่าน ทาง Google docs และส่งไปให้กลุ่มตัวอย่างผ่านทางสังคมออนไลน์ ช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, Line, WhatsApp เป็นต้น

### 3.5 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูลใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

#### 3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ, เพศ, รายได้ต่อเดือน, ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 5 การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (Hypothesis Testing) ประกอบด้วย ประกอบด้วย  $t$ -test, One – way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์สมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ดังนี้

3.5.2.1 ลักษณะประชากรที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ  $t$ -test, One – way ANOVA

3.5.2.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ  $t$ -test, One – way ANOVA

3.5.2.3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลางที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

3.5.2.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน เพื่อความบันเทิง ของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ภูมิภาคกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำงานวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่มีคำถามครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลการวิจัยเชิงสำรวจจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามคัดกรองพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ตอนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน

ตอนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ตอนที่ 5 การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

## 4.1 ผลการวิจัยเชิงสำรวจจากแบบสอบถาม

### 4.1.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้แยกนำเสนอเป็นส่วนย่อย ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา อาชีพและ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยนำเสนอค่าสถิติแสดงการ แจกแจงความถี่ร้อยละ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 4.1.1.1 เพศ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 และเพศหญิง จำนวน 142 คนคิดเป็นร้อยละ 35.50 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	258	64.50
หญิง	142	35.50
รวม	400	100.00

#### 4.1.1.2 อายุ

ผลการวิจัย พบว่า ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา คือ ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	0.50
21 - 30 ปี	248	62.00
31 - 40 ปี	139	34.75
41 - 50 ปี	11	2.80
รวม	400	100.00

#### 4.1.1.3 สถานภาพ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.75 และสถานภาพสมรส จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	319	79.75
สมรส	81	20.25
รวม	400	100.00

#### 4.1.1.4 ระดับการศึกษา

ผลการวิจัย พบว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.70 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 ระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และระดับสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	107	26.80
ปริญญาตรี	259	64.70
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	32	8.00
สูงกว่าปริญญาโท	2	0.50
รวม	400	100.00

#### 4.1.1.5 อาชีพ

ผลการวิจัย พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือ พนักงานบริษัทเอกชน หรือ ข้าราชการ จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.50 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.5



ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	2	0.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือ พนักงาน บริษัทเอกชน หรือ ข้าราชการ	358	89.50
ธุรกิจส่วนตัว	40	10.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

## 4.1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการวิจัย พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ มีรายได้มากกว่า 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และมีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30,000 บาท	10	2.50
30,001 – 40,000 บาท	27	6.80
40,001 – 50,000 บาท	143	35.80
ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป	220	55.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

4.2.2 ตอนที่ 2 คำถามคัดกรองพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนที่ 2 คำถามคัดกรองพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ซึ่งผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยนำเสนอค่าสถิติแสดงการแจกแจงความถี่ร้อยละ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 4.2.1.1 กลุ่มตัวอย่างเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 และไม่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์

การเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เล่น	326	81.50
ไม่เล่น	74	18.50
รวม	400	100.00

#### 4.2.1.2 กลุ่มตัวอย่างเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.50 และไม่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน

การเลือกเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เล่น	394	98.50
ไม่เล่น	6	1.50
รวม	400	100.00

#### 4.2.1.3 ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเล่นผ่านคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟนเฉลี่ย 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือ 3 – 4 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ค่าเฉลี่ย 5 – 6 ชั่วโมงต่อวัน

จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 ค่าเฉลี่ย มากกว่า 6 ชั่วโมง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 และค่าเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมนอนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลาเฉลี่ยในการเล่นเกมนอนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	8	2.00
1 -2 ชั่วโมงต่อวัน	145	36.20
3 - 4 ชั่วโมงต่อวัน	103	25.80
5 - 6 ชั่วโมงต่อวัน	93	23.20
มากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน	51	12.80
รวม	400	100.00

#### 4.2.1.4 วัตถุประสงค์ในการเล่นเกมนอนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟนเพื่อ พักผ่อน หากิจกรรมทำยามว่าง จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 เพื่อแข่งขัน ทำประลองกับผู้อื่น จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 เพื่อหารายได้จากการเล่นเกม หรือประกอบอาชีพเกี่ยวกับเกม จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 เพื่อสนทนากับเพื่อนหรือผู้อื่นภายในเกม จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 เพื่อต้องการรู้จักเพื่อนใหม่ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10 และเพื่อฝึกทักษะทางด้านความคิด จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ของการเล่นเกมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อพักผ่อน หากิจกรรมทำยามว่าง	329	27.60
เพื่อแข่งขัน ทำประลองกับผู้อื่น	139	11.60
เพื่อหารายได้จากการเล่นเกม หรือประกอบอาชีพเกี่ยวกับเกม	123	10.30

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเล่นเกมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

วัตถุประสงค์ของการเล่นเกมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อสนทนากับเพื่อน หรือผู้อื่นภายในเกม	140	11.70
เพื่อต้องการรู้จักเพื่อนใหม่	168	14.1
เพื่อฝึกทักษะทางด้านความคิด	295	24.70
<b>รวม</b>	<b>1194</b>	<b>100.00</b>

#### 4.2.1.5 ประเภทของเกมออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเล่น

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเล่นเกมประเภท MMORPG เช่น Ragnarok Online (RO), World of Warcraft, Final Fantasy, MU Online เป็นต้น จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 และเลือกเล่นเกมประเภท Casual เช่น เกมบิงย่า, เกมออร์ดิชั่น, เกมเศรษฐีออนไลน์ เกมงู, เกม Tetris, เกมไฟ เป็นต้น จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของเกมออนไลน์ที่เลือกเล่น

ประเภทของเกมออนไลน์ที่เลือกเล่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
MMORPG เช่น Ragnarok Online (RO), World of Warcraft, Final Fantasy, MU Online เป็นต้น	249	59.00
Casual เช่น เกมบิงย่า, เกมออร์ดิชั่น, เกมเศรษฐีออนไลน์ เกมงู, เกม Tetris, เกมไฟ เป็นต้น	173	41.00
<b>รวม</b>	<b>422</b>	<b>100.00</b>

4.2.3 ตอนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน

ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 4.12 โดยแปลความหมายการให้คะแนนแบบสอบถามตามรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนไทยที่อาศัยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน

ข้อ	การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนไทยที่อาศัยในประเทศทางตะวันออกกลาง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ช่องทางเกมออนไลน์มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินชีวิตของท่านให้ดียิ่งขึ้น	3.19	0.820	ปานกลาง
2	ช่องทางเกมออนไลน์มีส่วนช่วยพัฒนาทักษะบางส่วนของท่าน เช่น ภาษา เป็นต้น	3.68	0.758	มาก
3	ช่องทางเกมออนไลน์ทำให้ท่านได้คิด แนวคิดของเกมมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทำงาน หรือ การเรียน	3.12	0.836	ปานกลาง
4	ในขณะที่ท่านเล่นเกมออนไลน์ทำให้ท่านเกิดความรู้สึกเพลิดเพลินจนลืมเวลา	3.90	0.748	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>		<b>3.47</b>	<b>0.791</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.12 ผลวิจัย พบว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนไทยที่อาศัยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.47$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด คือ ในขณะที่ท่านเล่นเกมออนไลน์ทำให้ท่านเกิดความรู้สึกเพลิดเพลินจนลืมเวลา ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) รองลงมา คือ ช่องทางเกมออนไลน์มีส่วนช่วยพัฒนาทักษะบางส่วนของท่าน เช่น ภาษา เป็นต้น ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.68$ ) ช่องทางเกมออนไลน์มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินชีวิตของท่านให้ดียิ่งขึ้น ภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.19$ ) และ ช่องทางเกมออนไลน์ทำให้ท่านได้คิด แนวคิดของเกมมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทำงาน หรือ การเรียน ภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.12$ ) ตามลำดับ

4.2.4 ตอนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 4.13 โดยแปรความหมายการให้คะแนนแบบสอบถามตามรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ข้อ	รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	สังคมมีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์	3.71	0.669	มาก

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน (ต่อ)

ข้อ	รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2	วัฒนธรรมและศาสนามีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์	3.63	0.704	มาก
3	ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์ตามเพื่อน หรือ คนรู้จัก	4.02	0.649	มาก
4	ค่านิยมของเกมออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของท่าน	3.64	0.871	มาก
5	ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์เพื่อให้เกิดความบันเทิง	4.31	0.791	มากที่สุด
6	ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์โดยนึกถึงระบบปฏิบัติการเป็นอันดับแรก	4.01	0.818	มาก
7	เมื่อมีเกมออนไลน์ออกใหม่ ท่านมีความสนใจที่อยากทดสอบเล่น	3.58	1.045	มาก
8	ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์โดยนึกถึงเกมที่ไม่จำเป็นต้องเชื่อมต่อ VPN	4.10	0.853	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>		<b>3.87</b>	<b>0.800</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 ผลวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์เพื่อให้เกิดความบันเทิง ภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.31$ ) รองลงมา คือ ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์โดยนึกถึงเกมที่ไม่จำเป็นต้องเชื่อมต่อ VPN ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 4.10$ ) ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์ตามเพื่อน หรือ คนรู้จัก ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์โดยนึกถึงระบบปฏิบัติการเป็นอันดับแรก ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) สังคมมีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.71$ ) ค่านิยมของเกมออนไลน์มี

ผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของท่าน ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.64$ ) วัฒนธรรม และศาสนามีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) และเมื่อมีเกมออนไลน์ออกใหม่ ท่านมีความสนใจที่อยากทดสอบเล่น ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.58$ ) ตามลำดับ

4.2.5 ตอนที่ 5 เกมออนไลน์มีผลทำให้เกิดทางเลือทางด้านความบันเทิงของคนไทยใน ตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ เกมออนไลน์มีผลทำให้เกิด ทางเลือทางด้านความบันเทิงของคนไทยใน ตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 4.14 โดยแปรความหมายการให้คะแนนแบบสอบถามตามรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเกมออนไลน์มีผลทำให้เกิดทางเลือก ด้านความบันเทิงของคนไทยใน ตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ข้อ	เกมออนไลน์ มีผลทำให้เกิดทางเลือทางด้านความบันเทิง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1	ข้อจำกัดด้านสังคม, วัฒนธรรม และศาสนาทำให้เกมออนไลน์เป็นทางเลือกเพื่อความบันเทิงของท่าน	3.97	0.755	มาก
2	ข้อจำกัดด้านสภาพเศรษฐกิจในครอบครัวทำให้เกมออนไลน์เป็นทางเลือกเพื่อความบันเทิงของท่าน	3.44	0.982	มาก



ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเกมออนไลน์ที่มีผลทำให้เกิดทางเลือกด้านความบันเทิงของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน (ต่อ)

ข้อ	เกมออนไลน์ มีผลทำให้เกิดทางเลือกด้านความบันเทิง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
3	เกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่สามารถทำได้ง่ายเมื่อท่านอาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง	4.05	0.775	มาก
4	เกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่ทำให้ท่านสามารถสร้างสังคมใหม่ ๆ ได้ง่ายมากขึ้น	3.81	0.797	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.82	0.827	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลวิจัย พบว่า เกมออนไลน์มีผลทำให้เกิดทางเลือกด้านความบันเทิงของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่สามารถทำได้ง่ายเมื่อท่านอาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) รองลงมา คือ ข้อจำกัดด้านสังคม, วัฒนธรรม และศาสนาทำให้เกมออนไลน์เป็นทางเลือกเพื่อความบันเทิงของท่าน ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.97$ ) เกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่ทำให้ท่านสามารถสร้างสังคมใหม่ ๆ ได้ง่ายมากขึ้น ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) และข้อจำกัดด้านสภาพเศรษฐกิจในครอบครัวทำให้เกมออนไลน์เป็นทางเลือกเพื่อความบันเทิงของท่าน ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{X} = 3.44$ ) ตามลำดับ

#### 4.2 ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : เพศ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง คนไทยผู้ซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test

เพศ	t	df	Sig.
การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	1.053	398	.293

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.15 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามเพศ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : อายุ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บน

คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.840	3	1.947	4.795	.003*
ภายในกลุ่ม	160.769	396	.406		
รวม	166.609	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามอายุ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) และปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามอายุ โดยใช้การทดสอบแบบ LSD. ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บน

คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี
		4.13	3.90	3.65	3.93
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.13	-	.624 (.221)	.301 (.470)	.693 (.193)

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

อายุ	$\bar{X}$	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี
		4.13	3.90	3.65	3.93
21-30 ปี	3.90		-	.000* (.248)	.884 (-.028)
31-40 ปี	3.65			-	.166 (-.277)
41-50 ปี	3.93				-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.17 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : สถานภาพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : สถานภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง คนไทยผู้ซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้ t-test

สถานภาพ	t	df	Sig.
การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	6.429	398	.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามสถานภาพ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) และปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_0$ ) หมายความว่า สถานภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.437	3	.146	.347	.791
ภายในกลุ่ม	166.172	396	.420		
รวม	166.609	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.19 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_1$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$  : อาชีพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บน  
คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บน คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.281	2	.641	1.538	.216
ภายในกลุ่ม	165.328	397	.416		
รวม	166.609	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_1$ ) หมายความว่า อาชีพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกันอย่าง

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บน  
คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บน คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	10.306	3	3.435	8.704	.000*
ภายในกลุ่ม	156.303	396	.395		
รวม	166.609	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.21 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) และปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_0$ ) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การทดสอบแบบ LSD. ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บน  
คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001– 40,000 บาท	40,001– 50,000 บาท	ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป
		3.28	3.58	4.00	3.75
ต่ำกว่า 30,000 บาท	3.28	-	.186 (-.308)	.000* (-.728)	.019* (-.477)
30,001– 40,000 บาท	3.58		-	.002* (-.420)	.188 (-.168)
40,001– 50,000 บาท	4.00			-	.000* (.251)
ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป	3.75				-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05



จากตาราง 4.22 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001– 50,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 30,000 บาท และ 30,001– 40,000 บาท

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป มีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 30,000 บาท แต่น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001– 50,000 บาท

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 การเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : การเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : การเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง คนไทยผู้ซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเลือกการเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามการเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ โดยใช้ t-test

เล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์	t	df	Sig.
การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	2.119	398	.035*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามการเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) และปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_0$ ) หมายความว่า การเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 การเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : การเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : การเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง คนไทยผู้ซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามการเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ โดยใช้ t-test

การเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์	t	df	Sig.
การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	-2.621	398	.009*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.24 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามการเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ขอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) และปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_0$ ) หมายความว่า การเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 ระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : ระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง ANOVA จะยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบแบบ LSD. เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์

การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	SS	Df	MS	f	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.728	4	3.182	8.168	.000*
ภายในกลุ่ม	153.882	395	.390		
รวม	166.609	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.25 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) และปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_0$ ) หมายความว่า ระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างจำแนกตามระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ โดยใช้การทดสอบแบบ LSD. ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	1-2 ชั่วโมงต่อวัน	3-4 ชั่วโมงต่อวัน	5-6 ชั่วโมงต่อวัน	มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน
		2.78	3.79	3.76	3.88	4.07
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	2.78	-	.000* (-1.100)	.000* (-.980)	.000* (-1.097)	.000* (-1.292)
1-2 ชั่วโมงต่อวัน	3.79			.749 (.025)	.273 (-.091)	.005* (-.285)

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บน  
คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	1-2 ชั่วโมงต่อวัน	3-4 ชั่วโมงต่อวัน	5-6 ชั่วโมงต่อวัน	มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน
		2.78	3.79	3.76	3.88	4.07
3-4 ชั่วโมงต่อวัน	3.76				.191 (-.116)	.004* (-.311)
5-6 ชั่วโมงต่อวัน	3.88					.074 (-.194)
มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน	4.07					-

\*มีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.26 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน จำแนกตามระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยความสำคัญที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 คู่ ได้แก่

ผู้ที่มีระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน มีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ได้ดีกว่าผู้ที่มีระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน

ผู้ที่มีระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน มีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ได้ดีกว่าผู้ที่มีระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน

ผู้ที่มีระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ 5-6 ชั่วโมงต่อวัน มีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ได้ดีกว่าผู้ที่มีระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน

ผู้ที่มีระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวันมีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ได้ดีกว่าผู้ที่มีระยะเวลาการเล่นผ่านอุปกรณ์ น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน 1-2 ชั่วโมงต่อวัน และ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมานที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลางที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลางที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน

การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่ (constant)	1.754	.179	9.782	.000
การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง ( $X_1$ )	.595	.051	11.652	.000
R square = 0.254    F = 135.767    Sig = .000				

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_0$ ) หมายความว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลางที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนได้ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 25.4 (R square = 0.254 และสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y_{\text{การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน}} = 1.754 + .595 (X_1)$$

โดยที่  $X_1$  คือ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน แตกต่างกัน

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน

การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่ (constant)	.723	.166	4.363	.000
รูปแบบการดำเนินชีวิต ( $X_1$ )	.800	.042	18.886	.000
R square = 0.473    F = 356.699    Sig = .000				

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_0$ ) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน ได้ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 47.3 (R square = 0.473) และสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y \text{ การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน} = .723 + .800 (X_1)$$

โดยที่  $X_1$  คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน เพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง กรณีสึกษา ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน เพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง 3. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน และ 4. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง มีผลการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการทำงานวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การเล่นเกมออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่มีคำถามครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) การนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอข้อสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้



## 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 สถานภาพ โสด จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 ประกอบอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0

5.1.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน ของคนไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 โดยเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.5 ส่วนใหญ่เล่นเกมผ่านอุปกรณ์ใช้เวลาวัน 1-2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 โดยมีวัตถุประสงค์เล่นเกมเพื่อพักผ่อน หากิจกรรมทำยามว่าง จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 โดยเล่นเกมออนไลน์ MMORPG เช่น Ragnarok Online (RO), World of Warcraft, Final Fantasy, MU Online เป็นต้น จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0

5.1.3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ในขณะที่ท่านเล่นเกมออนไลน์ทำให้ท่านเกิดความรู้สึกเพลิดเพลินจนลืมเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมา คือ ช่องทางเกมออนไลน์มีส่วนช่วยพัฒนาทักษะบางส่วนของท่าน เช่น ภาษา เป็นต้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และช่องทางเกมออนไลน์ทำให้ท่านได้คิด แนวคิดของเกมมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทำงาน หรือ การเรียน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ตามลำดับ

5.1.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์เพื่อให้เกิดความบันเทิง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์โดยนึกถึงเกมที่ไม่น่าจำเป็นต้องเชื่อมต่อ VPN อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์ตามเพื่อน หรือ คนรู้จักและท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์โดยนึกถึงระบบปฏิบัติการเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

5.1.5 การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า เกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่สามารถทำได้ง่ายเมื่อท่านอาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกเฉียง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมา คือ ข้อจำกัดด้านสังคม, วัฒนธรรมและศาสนาทำให้เกมออนไลน์เป็นทางเลือกเพื่อความบันเทิงของท่าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และเกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่ทำให้ท่านสามารถสร้างสังคมใหม่ ๆ ได้ง่ายมากขึ้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

#### 5.1.6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน พบว่า เพศ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน พบว่า อายุ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน พบว่า สถานภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน พบว่า ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน พบว่า อาชีพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน



## 5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมนอนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน เพื่อความบันเทิงของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง ภูมิภาคศึกษา ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ดังกล่าว ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจในการนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

5.2.1 จากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟนของคนไทย พบว่า เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน โดยเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟนหรือเล่นเกมผ่านอุปกรณ์ใช้เวลานาน 1-2 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีวัตถุประสงค์เล่นเกมเพื่อพักผ่อน หากิจกรรมทำยามว่าง โดยเล่นเกมออนไลน์ MMORPG เช่น Ragnarok Online (RO), World of Warcraft, Final Fantasy, MU Online เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558 พบว่า เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์คือพักผ่อน หาอะไรทำยามว่างจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทักษะคิด การยอมรับการใช้เทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรณฤทธิ์ รัตนพิมล (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โมบาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โมบายแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกลุ่มอื่น

5.2.2 จากการศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลางโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากในขณะที่เล่นเกมออนไลน์ทำให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลินจนลืมเวลา รวมถึงช่องทางเกมออนไลน์มีส่วนช่วยพัฒนาทักษะบางส่วนของผู้เล่น เช่น ภาษา เป็นต้น และช่องทางเกมออนไลน์ทำให้ได้คิดหรือแนวคิดของเกมมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทำงาน หรือ การเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558 พบว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรวิศ วิฑูรกิจ (2559) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิง

บวกต่อทัศนคติในการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลดของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตบางนาในกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี มีผลต่อการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลดของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตบางนาในกรุงเทพมหานคร

5.2.3 จากการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการเลือกเล่นเกมออนไลน์ เพื่อให้เกิดความบันเทิง จะทำให้มีความสุขโดยการเลือกเล่นเกมออนไลน์ โดยนึกถึงเกมที่ไม่น่าจำเป็นต้องเชื่อมต่อ VPN และการเล่นเกมออนไลน์ตามเพื่อน หรือ คนรู้จักและท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์โดยนึกถึงระบบปฏิบัติการเป็นอันดับแรก โดยสังคมมีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์ ค่านิยมของเกมออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ วัฒนธรรมและศาสนามีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์ และเมื่อมีเกมออนไลน์ออกใหม่ มีความสนใจที่อยากทดสอบเล่นอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัทธ งามะบุตร (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญากร บุญมี (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ อัตลักษณ์เสมือนกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนเครือข่ายสังคมเกมออนไลน์ พบว่าการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนเครือข่ายสังคมเกมออนไลน์ ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้เล่นเกมในรูปแบบชุมชนย่อยขึ้นมา และส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้เล่นเกมออนไลน์

5.2.4 จากการศึกษาการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่สามารถทำได้ง่ายเมื่ออาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง รวมถึงการมีข้อจำกัดด้านสังคม, วัฒนธรรม และศาสนาทำให้เกมออนไลน์เป็นทางเลือกเพื่อความบันเทิง และเกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่ทำให้ท่านสามารถสร้างสังคมใหม่ ๆ ได้ง่ายมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัทธ งามะบุตร (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทัศนคติ การยอมรับการใช้เทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กชกร เพชรนุกุลเกียรติ (2562) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจเป็น ออนไลน์อินฟลูเอนเซอร์ด้านแคสเตอร์เกม

ของวัยรุ่น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเข้าใจลักษณะและการปฏิบัติตนของแคสเตอร์ว่าจะได้รับรายได้สิทธิพิเศษและระยะเวลาที่ใช้ในการแคสเกมส์แต่ละครั้ง อย่างไรก็ตาม อาชีพ แคสเตอร์ไม่มั่นคงควรเลือกเป็นอาชีพเสริม หากต้องการสร้างให้เป็นอาชีพหลัก ต้องสร้างจำนวนผู้ติดตามให้มากเพียงพอที่จะทำให้มีรายได้มั่นคง สำหรับความคุ้มค่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ระบุว่า ทำให้มีความสุขและไม่คำนึงถึงค่าตอบแทน

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน เพื่อความบันเทิง ของคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศทางตะวันออกกลาง กรณีสึกษา ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังต่อไปนี้

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

5.3.1.1 จากการศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนาเกี่ยวกับช่องทางเกมออนไลน์ทำให้ท่านได้คิดแนวคิดของเกมมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทำงาน หรือ การเรียน และพัฒนาช่องทางเกมออนไลน์ที่มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

5.3.1.2 จากการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนาเกี่ยวกับเมื่อมีเกมออนไลน์ออกใหม่มีระบบในการทดสอบการเล่นก่อนการซื้อมาเล่นอย่างจริงจัง หรือมีการสร้างเกมที่สามารถเล่นแล้วทำให้เกิดความบันเทิงที่แท้จริง

5.3.1.3 จากการศึกษาการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟนผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้มีการกำหนดข้อจำกัดทางด้านสภาพเศรษฐกิจในครอบครัว ทำให้เกมออนไลน์เป็นทางเลือกเพื่อความบันเทิง สำหรับผู้ที่อยากเล่นเกมแต่มีงบประมาณที่ไม่เพียงพอต่อการซื้อ หรือพัฒนาเกมให้สามารถสร้างสังคมใหม่ ๆ ได้ง่ายมากขึ้น เป็นต้น

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟนเพื่อความบันเทิง ในภูมิภาคอื่นเพื่อทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟนเพื่อความบันเทิงได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

5.3.2.2 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความภักดีต่อตราสินค้า ปัจจัยด้านความคุ้มค่า หรือการบอกต่อ เพื่อรักษารฐานลูกค้ากลุ่มนี้ให้อยู่ถาวรและมีส่วน

ช่วยเผยแพร่ เป็นส่วนช่วยในการกระตุ้นทัศนคติต่อการในการเล่นเกม ให้มีมากขึ้นในกลุ่มผู้ที่ยังไม่เคยเล่นในอนาคต

5.3.2.3 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟนเพื่อความบันเทิง ในเชิงคุณภาพควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกในการศึกษามากยิ่งขึ้น



## บรรณานุกรม

- กชกร เพชรนุกูลเกียรติ. (2562). รูปแบบการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจเป็น ออนไลน์อินฟลูเอนเซอร์ ด้านแคสเตอร์เกมของวัยรุ่น (Unpublished Independent study). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). ตลาดเกมโตพุ่ง 13% ทะลุ 2.2 หมื่นล้าน. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/851066>
- กูรูทริป. (2560). ข้อควรรู้ก่อนเที่ยวกาตาร์ ประเทศที่ได้ฉายาว่าไข่มุกแห่งเปอร์เซีย. สืบค้นจาก <http://www.gurutrip.co.th/blog/ข้อควรรู้ก่อนเที่ยวกาตาร์-ประเทศที่ได้ฉายาว่าไข่มุกแห่งเปอร์เซีย/122/en>
- กูรูสนุก. (2556). เกมออนไลน์. สืบค้นจาก [https://guru.sanook.com/6335/#:~:text=เกมออนไลน์%20\(Online%20Game\)%20คือ,ที่ผู้ให้บริการได้](https://guru.sanook.com/6335/#:~:text=เกมออนไลน์%20(Online%20Game)%20คือ,ที่ผู้ให้บริการได้)
- เกวรินทร์ ละเอียดคินันท์. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- เกศริน รัตนพรรณทอง. (2554). การวิเคราะห์เนื้อหาสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Unpublished Master's thesis). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- จักรพงษ์ สุขพันธ์. (2559). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องการจัดจำหน่ายผักอินทรีย์ (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- จิตติ ศรีสินธรา. (2560). การศึกษาคุณลักษณะของเกมออนไลน์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้เล่นเกมออนไลน์ (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- จิราพร รุจิวัฒนการ. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี (Unpublished Master's thesis). สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตชัยภูมิ, ชัยภูมิ.
- เจตน์จันทร์ เกิดสุข, ลัทธสิทธ์ ทวีสุข. (2562). แรงจูงใจของผู้ชมอีสปอร์ตที่ส่งผลต่อการติดเกม. *Siam Communication Review, Vol.18 Issue 2 (July-December 2019)*, 137-152.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชาญวิทย์ พรนภดล. (2556). *มารู้จัก...ประเภทเกมอิเล็กทรอนิกส์กันเถอะ*. สืบค้นจาก <http://www.healthygamer.net/information/story/14134>
- ชูดา จิตพิทักษ์. (2525). *พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สารมวลชน.
- ชูชัย สมิตธิไกร. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติโชติ กุศลส่ง. (2560). *ปัจจัยการซื้อตราสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยรังสิต, กรุงเทพฯ.
- ณรณฤทธิ์ รัตนพิมล. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โมบาย* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ณัฐกิตติ์ จังพานิช. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเล่นเกมภาษาของวัยรุ่นและวัยทำงาน* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ทวีศิลป์ วิเศษโยธิน. (2553). *การสัมมนา วช: ทางออกปัญหาการติคเกม*. กรุงเทพฯ: บีทีเอสเพรส.
- ธนพัทธ์ เอมะบุตร. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ปี 2558* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ธัญญากร บุญมี. (2560). *อัตลักษณ์เสมือนกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนเครือข่ายสังคมเกมออนไลน์* (Unpublished Master's thesis). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นันทวัสส์ สหชัยรุ่งเรือง. (2549). *พฤติกรรมและสาเหตุการเล่นเกมออนไลน์ของผู้เล่นวัยต่าง ๆ : กรณีศึกษาร้าน N-Sign อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- นิพล แสงศรี. (2557). *เส้นทางคนไทยไปตะวันออกกลาง 1*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/iisthefuture/home/manpower/manpo-1>
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ปิ่นฉัตร ชัชวรัตน์, และคณฤดี เพชรขว้าง. (2552). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการติคเกมส์ของเยาวชนในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา* (Unpublished Independent study). วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี, พะเยา.
- ฝ่ายแรงงานประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงอาบูดาบี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์. (2561). *สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์*. สืบค้นจาก <https://abu-dhabi.mol.go.th/info/geography>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- พงศกร เพชรเจริญ. (2557). พฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการเล่นเกมออนไลน์ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร (Unpublished Independent study). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พศิน เหล่าแสงธรรม. (2561). ความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนของกลุ่มผู้เล่น โปเกมอน โก ในสังคมไทย (Unpublished Master's thesis). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พุดตาล ปรากฏศรีภูมิ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ภกกร ลุ่มเพชรมงคล. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร. (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ภัทราวดี วงศ์สุเมธ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบการเรียนผ่านเว็บ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วารสารนักบริหาร, 33 (3), 1-10.
- มาร์เก็ตเทียร์. (2558). เทรนด์ตลาดเกมออนไลน์ผ่านมือถือ. สืบค้นจาก <http://marketeer.co.th/2014/12/game-on-mobile/>
- เลียลา. (2562). Top 5 ประเทศแถบตะวันออกกลางที่คนไทยนิยมไปช้อปปิ้ง. สืบค้นจาก <https://www.thaibusinesschannel.com/post/top-5-thai-in-middle-east>
- วรเศรษฐ์ อาเขต. (2552). การพัฒนาเกมคอมพิวเตอร์เพื่อการฟื้นฟูเด็กสมองพิการ (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- ศรัญญา ผาเป้า. (2551). ผลการใช้เกมคอมพิวเตอร์เป็นสื่อเสริม วิชาวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียน ช่วงชั้นที่ 2 ที่มีระดับผลสัมฤทธิ์ ทักษะการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ต่างกัน (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ศรัญญา ไพรวรรณรัตน์. (2554). การศึกษาปัจจัยทำนายและแนวทางการปรับลดพฤติกรรมติดเกมออนไลน์ ของวัยรุ่นในจังหวัดชลบุรี (Unpublished Doctoral dissertation). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศศิวรรณ จันทร์เชื้อ. (2551). พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 2 ใน กรุงเทพมหานครและจังหวัดนครสวรรค์ (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศุภเสกข์ ประจักษ์สุวิณี. (2554). ทักษะติดต่อการดาวน์โหลดเกมส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สรวิศ วิฑูกิจ. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติในการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลดของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตบางนาใน กรุงเทพมหานคร (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สิงหะ ฌวีสุข, สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Unpublished Doctoral dissertation). สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.
- สิทธิชน โขติ ตรงดี. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นเกมในสมาร์ตโฟนของคนวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- สิริวรรณ ปัญญาภาศ. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างความรุนแรงในสื่อเกมออนไลน์กับพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กวัยรุ่นตอนปลายในจังหวัดเชียงใหม่ (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- อรทัย เลื่อนวัน. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษา การพัฒนาชุมชน ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- อัคริมา นันทนาสิทธิ์. (2547). การวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภคสินค้าเสมือนจริง ในเกมออนไลน์ ประเภท Massively Multiplayer Online Role-playing Game. (MMORPG) (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- อาทิตย์ อินทะสร้อย. (2547). รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ ในเขตจตุจักร ลาดพร้าว และเขตบางกะปิ กรณีศึกษา: นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, กรุงเทพฯ.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). *ความตระหนักรู้และการยอมรับการนำระบบการจัดการ  
สิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์กรภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผน  
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม* (Unpublished Master's thesis). สถาบันบัณฑิต  
พัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ไอไวไฟ. (2561). *วีพีเอ็น คืออะไร? จำเป็นต้องใช้ไหมเมื่อไปใช้เน็ตในต่างประเทศ ?*. สืบค้นจาก  
<http://www.iwifi.jp/choose-net/vpn-internet>
- Admin. (2006). *แรงงานไทยในตะวันออกกลาง: พลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส*. Retrieved from  
<https://positioningmag.com/30410>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision  
Processes*, 50(2), 179–211.
- Hausman, A. and Siekpe, J. (2009). The effect of web interface features on consumer online  
purchase intentions. *Journal of Business Research*, 62(1), 5-13.
- Chakraborty, G., Lala, V., & Warren, D. (2003). What do customers consider important in B2B  
websites? [Electronics version]. *Journal of Advertising Research*, 43(1), 50-61.
- Cota, T. T., Ishitani, L., & Vieira Jr, N. (2015). Mobile game design for the elderly: A  
study with focus on the motivation to play, *Computers in Human Behavior*, 51 (Part A),  
96-105.
- Every Single Mario Game to Date*. (2017). Retrieved from [https://www.giantbomb.com/profile/  
thecoastercruiser/lists/every-single-mario-game-to-date/77284/?page=1](https://www.giantbomb.com/profile/thecoastercruiser/lists/every-single-mario-game-to-date/77284/?page=1)
- Hussain, Z., Williams, G. A., & Griffiths, M. D. (2015). An exploratory study of the association  
between online gaming addiction and enjoyment motivations for playing massively  
multiplayer online role-playing game, *Computers in Human Behavior*, 50, 221-230.
- Internet World Stats. (2019). *Internet Usage in the Middle East*. Retrieved from [https://  
www.internetworldstats.com/stats5.htm](https://www.internetworldstats.com/stats5.htm)
- Kemp, S. (2019). *Digital 2019: Global Internet Use Accelerates*. Retrieved from  
<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Global Digital Overview*. Retrieved from  
<https://datareportal.com/reports/digital-200-global-digital-overview>

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- Menon, S., & Kahn, B. (2002). Cross-category effects of induced arousal and pleasure on the Internet shopping experience. *Journal of Retailing*, 78(1), 31–40.
- Noujaim, L. (2017). *Gaming in the Middle East is poised for a breakout*. Retrieved from <https://www.gamesindustry.biz/articles/2017-08-29-gaming-in-the-middle-east-is-poised-for-a-breakout>
- Phillips, D.M. and Baumgartner, H. (2002) The Role of Consumption Emotions in the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Psychology*, 12, 243-252.
- RetailME Bureau. (2020). *Middle East mobile gaming industry growing at 25%*. Retrieved from <https://www.imagesretailme.com/latest-news/middle-east-mobile-gaming-industry-growing-at-25/>
- Richard, M. O., & Chebat, J. C. (2016). Modeling online consumer behavior: Preeminence of emotions and moderating influences of need for cognition and optimal stimulation level [Electronics version], *Journal of Business Research*, 69, 541–553.
- Rimma R., Elena I., Tatyana Yu., Rita A., Evgenia M. & Larisa I. (2019). Computer Games Influence on Everyday Social Practices of Students-Gamers. *Contemporary Educational Technology*, 2020, 11(1), 11-19.
- Scoop team. (2019). *7 Reasons Why You Need A VPN For The Middle East*. Retrieved from <https://scoopempire.com/7-reasons-why-you-need-a-vpn-for-the-middle-east-017/>
- THE GAME PLAN: 5 Global Mobile Gaming Trends*. (2016). Retrieved from [https://adindex.ru/files2/access/2016\\_07/135060\\_facebookiq\\_gaming\\_infographic\\_final.pdf](https://adindex.ru/files2/access/2016_07/135060_facebookiq_gaming_infographic_final.pdf)



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

แบบสอบถามการวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต ผู้วิจัยต้องการทราบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษาและการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนและตรงตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้ ผลวิจัยที่ได้จากการศึกษาจะถูกนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น

**คำชี้แจง :** โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงใน  หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ตามความคิดเห็นของท่าน และตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามคัดกรองพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ตอนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนไทยที่อาศัยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน

ตอนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

ตอนที่ 5 การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน



ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกตอบเพียง

1 ข้อ)

1. เพศ

หญิง

ชาย

2. อายุ

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

21-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโทหรือเทียบเท่า

สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ

ธุรกิจส่วนตัว

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 30,000 บาท

30,001- 40,000 บาท

40,001- 50,000 บาท

ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 คำถามคัดกรองพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และ  
สมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ  
ประเทศโอมาน

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกตอบเพียง  
1 ข้อ)

1. ท่านเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์หรือไม่

- เล่น  
 ไม่เล่น

2. ท่านเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟนหรือไม่

- เล่น  
 ไม่เล่น

3. โดยเฉลี่ยแล้วท่านเล่นเกมผ่านอุปกรณ์ใช้เวลานานเพียงใด

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน  
 1-2 ชั่วโมงต่อวัน  
 3-4 ชั่วโมงต่อวัน  
 5-6 ชั่วโมงต่อวัน  
 มากกว่า 6 ชั่วโมง ขึ้นไปต่อวัน

4. ท่านเล่นเกมเพื่อวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- พักผ่อน หากิจกรรมทำยามว่าง  
 เพื่อแข่งขัน ทำประลองกับผู้อื่น  
 เพื่อหารายได้จากการเล่น เกม หรือประกอบอาชีพเกี่ยวกับเกม  
 เพื่อสนทนากับเพื่อน หรือผู้อื่นภายในเกม  
 เพื่อต้องการรู้จักเพื่อนใหม่  
 เพื่อฝึกทักษะทางด้านความคิด

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ประเภทของเกมออนไลน์ที่เลือกเล่น

MMORPG เช่น Ragnarok Online (RO), World of Warcraft, Final Fantasy, MU  
Online เป็นต้น

Casual เช่น เกมปิงปอง, เกมออร์ดิชั่น, เกมเศรษฐีออนไลน์ เกมงู, เกม Tetris, เกมไฟ  
เป็นต้น

ตอนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามรายการที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน โดยมีเกณฑ์ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ข้อ	การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ของคนไทยที่อาศัยในประเทศทางตะวันออกกลาง	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ช่องทางเกมออนไลน์มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินชีวิตของท่านให้ดียิ่งขึ้น					
2	ช่องทางเกมออนไลน์มีส่วนช่วยพัฒนาทักษะบางส่วนของท่าน เช่น ภาษา เป็นต้น					
3	ช่องทางเกมออนไลน์ทำให้ท่านได้คิด แนวคิดของเกมมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทำงาน หรือ การเรียน					
4	ในขณะที่ท่านเล่นเกมออนไลน์ทำให้ท่านเกิดความรู้สึกเพลิดเพลินจนลืมเวลา					

ตอนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามรายการที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน โดยมีเกณฑ์ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ข้อ	รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	สังคมมีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์					
2	วัฒนธรรมและศาสนามีผลต่อการเลือกเล่นเกมออนไลน์					
3	ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์ตามเพื่อน หรือ คนรู้จัก					
4	ค่านิยมของเกมออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของท่าน					
5	ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์เพื่อให้เกิดความบันเทิง					
6	ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์โดยนี้ถึงระบบปฏิบัติการเป็นอันดับแรก					
7	เมื่อมีเกมออนไลน์ออกใหม่ ท่านมีความสนใจที่อยากทดสอบเล่น					
8	ท่านเลือกเล่นเกมออนไลน์โดยนี้ถึงเกมที่จำเป็นต้องเชื่อมต่อ VPN					

ตอนที่ 5 เกมออนไลน์มีผลทำให้เกิดทางเลือกด้านความบันเทิงของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามรายการที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน โดยมีเกณฑ์ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ข้อ	เกมออนไลน์ มีผลทำให้เกิดทางเลือกด้านความบันเทิง	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ข้อจำกัดด้านสังคม, วัฒนธรรม และศาสนาทำให้ เกมออนไลน์เป็นทางเลือกเพื่อความบันเทิงของ ท่าน					
2	ข้อจำกัดด้านสภาพเศรษฐกิจในครอบครัวทำให้ เกมออนไลน์เป็นทางเลือกเพื่อความบันเทิงของ ท่าน					
3	เกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่ สามารถทำได้ง่ายเมื่อท่านอาศัยอยู่ในประเทศทาง ตะวันออกกลาง					
4	เกมออนไลน์เป็นทางเลือกด้านความบันเทิงที่ทำให้ ท่านสามารถสร้างสังคมใหม่ ๆ ได้ง่ายมากขึ้น					

The logo of Rangsit University, featuring a stylized flame or sunburst design in the center, surrounded by a circular arrangement of radiating lines.

ภาคผนวก ข

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

จากการนำแบบสอบถาม จำนวน 5 ตอน 27 ข้อ ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยกำหนดคะแนน +1 หรือ 0 หรือ -1 เกณฑ์การแปลความหมายค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยสามารถคำนวณค่า IOC ของผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญได้คะแนน ดังนี้

ตอนที่	ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			ผลการวิเคราะห์		
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ผลรวมคะแนน	ค่า IOC	แปลผล
1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม							
	1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	6	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
2. คำถามคัดกรองพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน							
	1	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	2	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3. การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน							
	1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

ตอนที่	ข้อที่	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			ผลการวิเคราะห์		
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ผลรวมคะแนน	ค่า IOC	แปลผล
4. รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนของคนไทยในประเทศทางตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน							
	1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	5	1	0	1	3	1.00	ใช้ได้
	6	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
	7	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
	8	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
5. เกมออนไลน์มีผลทำให้เกิดทางเลือทางด้านความบันเทิงของคนไทยในตะวันออกกลาง ประเทศกาตาร์, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศโอมาน							
	1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้





ภาคผนวก ค

ข้อมูลดิบ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

จากการนำแบบสอบถาม ให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คนสามารถแสดงผลการทดลองเป็นข้อมูลดิบได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน

ตอนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง

ตอนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต

ตอนที่ 5 การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน



ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

Frequencies

Statistics

		เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	คอมพิวเตอร์	สมาร์ทโฟน	ใช้เวลานาน
N	Valid	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	หญิง	258	64.5	64.5	64.5
	ชาย	142	35.5	35.5	100.0
Total		400	100.0	100.0	

อายุ

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	.5	.5	.5
21-30 ปี	248	62.0	62.0	62.5
31-40 ปี	139	34.7	34.8	97.3
41-50 ปี	11	2.8	2.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

สถานภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โสด	319	79.8	79.8	79.8
สมรส	81	20.2	20.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่าปริญญาตรี	107	26.8	26.8	26.8
ปริญญาตรี	259	64.7	64.8	91.5
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	32	8.0	8.0	99.5
สูงกว่าปริญญาโท	2	.5	.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid นักเรียน/นักศึกษา	2	.5	.5	.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ				
พนักงานบริษัทเอกชน	358	89.5	89.5	90.0
ข้าราชการ				
ธุรกิจส่วนตัว	40	10.0	10.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 30,000 บาท	10	2.5	2.5	2.5
30,001– 40,000 บาท	27	6.8	6.8	9.3
40,001– 50,000 บาท	143	35.8	35.8	45.0
ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป	220	55.0	55.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน

1. ท่านเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์หรือไม่

**Frequency Table**

**คอมพิวเตอร์**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เล่น	326	81.5	81.5	81.5
	ไม่เล่น	74	18.5	18.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

2. ท่านเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนหรือไม่

**สมาร์ทโฟน**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	เล่น	394	98.5	98.5	98.5
	ไม่เล่น	6	1.5	1.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

3. โดยเฉลี่ยแล้วท่านเล่นเกมผ่านอุปกรณ์ใช้เวลานานเพียงใด

ใช้เวลานาน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	8	2.0	2.0	2.0
1-2 ชั่วโมงต่อวัน	145	36.2	36.3	38.3
3-4 ชั่วโมงต่อวัน	103	25.8	25.8	64.0
5-6 ชั่วโมงต่อวัน	93	23.2	23.3	87.3
มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน	51	12.8	12.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	



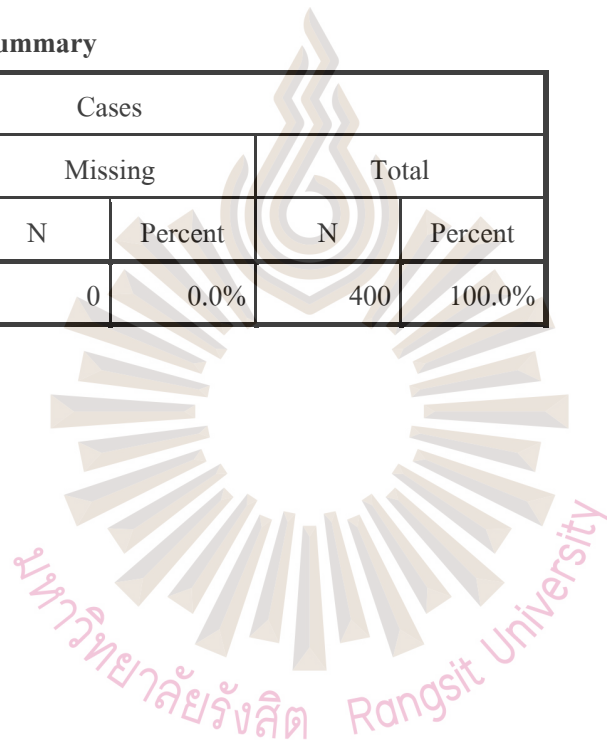
4. ท่านเล่นเกมเพื่อวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

**Multiple Response**

**Case Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$วัตถุประสงค์ <sup>a</sup>	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.



วัตถุประสงค์ Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
วัตถุประสงค์ <sup>a</sup> พักผ่อน	329	27.6%	82.3%
เพื่อแข่งขัน	139	11.6%	34.8%
เพื่อหารายได้	123	10.3%	30.8%
เพื่อสนทนา	140	11.7%	35.0%
รู้จักเพื่อนใหม่	168	14.1%	42.0%
เพื่อฝึกทักษะ	295	24.7%	73.8%
Total	1194	100.0%	298.5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.



5. ประเภทของเกมออนไลน์ที่เลือกเล่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

**Multiple Response**

**Case Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$ประเภทของเกม <sup>a</sup>	400	100.0%	0	0.0%	400	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**\$ประเภทของเกม Frequencies**

	Responses	Percent of Cases		
		N	Percent	Percent of Cases
\$ประเภทของเกม <sup>a</sup>	MMORPG	249	59.0%	62.3%
	Casual	173	41.0%	43.3%
Total		422	100.0%	105.5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

ตอนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง

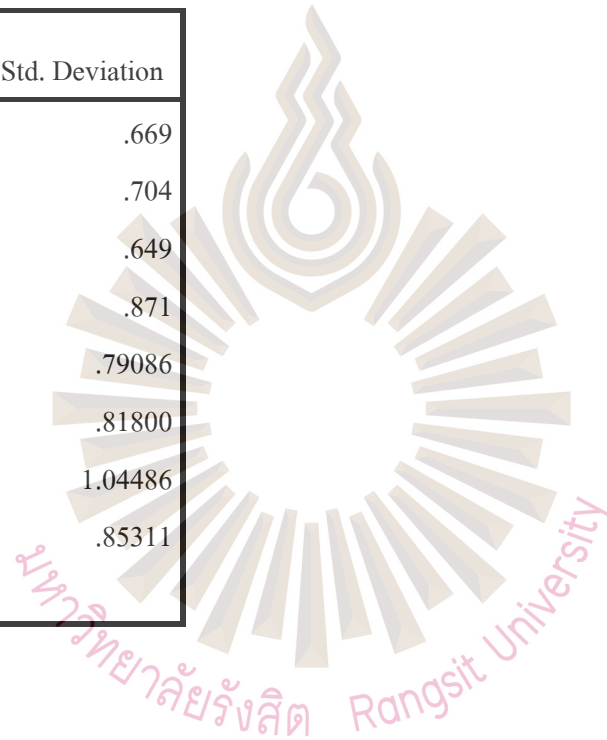
Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
a1	400	3.19	.820
a2	400	3.6775	.75824
a3	400	3.1225	.83621
a4	400	3.9025	.74793
Valid N (listwise)	400		



ตอนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต

	N	Mean	Std. Deviation
b1	400	3.71	.669
b2	400	3.63	.704
b3	400	4.01	.649
b4	400	3.64	.871
b5	400	4.3100	.79086
b6	400	4.0075	.81800
b7	400	3.5775	1.04486
b8	400	4.0950	.85311
Valid N (listwise)	400		



ตอนที่ 5 การตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน

	N	Mean	Std. Deviation
c1	400	3.97	.755
c2	400	3.44	.982
c3	400	4.05	.775
c4	400	3.81	.797
Valid N (listwise)	400		

การทดสอบสมมติฐาน

ลักษณะประชากรที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

1.1 เพศ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

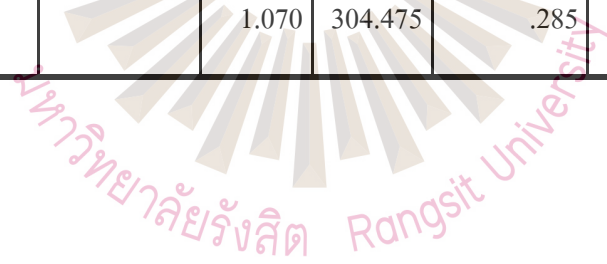
**T-Test****Group Statistics**

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
การตัดสินใจ	หญิง	258	3.8440	.65840	.04099
	ชาย	142	3.7729	.62307	.05229



**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality		t-test for Equality of Means						
		of Variances		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.						Lower	Upper
การ ตัดสินใจ	Equal variances assumed	.868	.352	1.053	398	.293	.07110	.06751	-.06162	.20383
	Equal variances not assumed			1.070	304.475	.285	.07110	.06644	-.05963	.20184





1.2 อายุ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

**Oneway**

**Descriptives**

การตัดสินใจ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	4.1250	1.23744	.87500	-6.9929	15.2429	3.25	5.00
21-30 ปี	248	3.9032	.55031	.03494	3.8344	3.9721	2.00	5.00
31-40 ปี	139	3.6547	.74721	.06338	3.5294	3.7800	1.75	5.00
41-50 ปี	11	3.9318	.85944	.25913	3.3544	4.5092	2.50	5.00
Total	400	3.8188	.64619	.03231	3.7552	3.8823	1.75	5.00

### ANOVA

การตัดสินใจ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.840	3	1.947	4.795	.003
Within Groups	160.769	396	.406		
Total	166.609	399			



**Post Hoc Tests**

**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: การตัดสินใจ

LSD

(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference		Sig.	95% Confidence Interval	
		(I-J)	Std. Error		Lower Bound	Upper Bound
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	.22177	.45236	.624	-.6676	1.1111
	31-40 ปี	.47032	.45378	.301	-.4218	1.3624
	41-50 ปี	.19318	.48980	.693	-.7697	1.1561
21-30 ปี	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	-.22177	.45236	.624	-1.1111	.6676
	31-40 ปี	.24855*	.06751	.000	.1158	.3813
	41-50 ปี	-.02859	.19633	.884	-.4146	.3574



(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
31-40 ปี	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	-.47032	.45378	.301	-1.3624	.4218
	21-30 ปี	-.24855*	.06751	.000	-.3813	-.1158
	41-50 ปี	-.27714	.19957	.166	-.6695	.1152
41-50 ปี	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	-.19318	.48980	.693	-1.1561	.7697
	21-30 ปี	.02859	.19633	.884	-.3574	.4146
	31-40 ปี	.27714	.19957	.166	-.1152	.6695

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

1.3 สถานภาพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

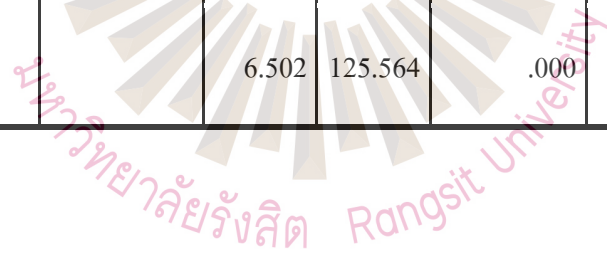
**T-Test**

**Group Statistics**

	สถานภาพ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
การตัดสินใจ	โสด	319	3.9185	.61814	.03461
	สมรส	81	3.4259	.60653	.06739

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
การ ตัดสินใจ	Equal variances assumed	.150	.699	6.429	398	.000	.49257	.07662	.34194	.64320
	Equal variances not assumed			6.502	125.564	.000	.49257	.07576	.34264	.64250



1.4 ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

**Oneway**

**Descriptives**

การตัดสินใจ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	107	3.8107	.50916	.04922	3.7132	3.9083	2.00	5.00
ปริญญาตรี	259	3.8214	.68427	.04252	3.7377	3.9052	1.75	5.00
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	32	3.8516	.75898	.13417	3.5779	4.1252	2.00	5.00
สูงกว่าปริญญาโท	2	3.3750	.17678	.12500	1.7867	4.9633	3.25	3.50
Total	400	3.8188	.64619	.03231	3.7552	3.8823	1.75	5.00

### ANOVA

การตัดสินใจ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.437	3	.146	.347	.791
Within Groups	166.172	396	.420		
Total	166.609	399			



**Post Hoc Tests**

**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: การตัดสินใจ

LSD

(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	-.01068	.07444	.886	-.1570	.1357
	ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	-.04081	.13052	.755	-.2974	.2158
	สูงกว่าปริญญาโท	.43575	.46232	.346	-.4732	1.3446
ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	.01068	.07444	.886	-.1357	.1570
	ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	-.03013	.12138	.804	-.2688	.2085
	สูงกว่าปริญญาโท	.44643	.45982	.332	-.4576	1.3504



(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	.04081	.13052	.755	-.2158	.2974
	ปริญญาตรี	.03013	.12138	.804	-.2085	.2688
	สูงกว่าปริญญาโท	-.47656	.47215	.313	-.4517	1.4048
สูงกว่าปริญญาโท	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.43575	.46232	.346	-1.3446	.4732
	ปริญญาตรี	-.44643	.45982	.332	-1.3504	.4576
	ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	-.47656	.47215	.313	-1.4048	.4517



1.5 อาชีพ ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

**Descriptives**

การตัดสินใจ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
นักเรียน/นักศึกษา	2	3.7500	.00000	.00000	3.7500	3.7500	3.75	3.75
พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ	358	3.8380	.63119	.03336	3.7724	3.9036	1.75	5.00
ธุรกิจส่วนตัว	40	3.6500	.76962	.12169	3.4039	3.8961	2.00	5.00
Total	400	3.8188	.64619	.03231	3.7552	3.8823	1.75	5.00

### ANOVA

การตัดสินใจ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.281	2	.641	1.538	.216
Within Groups	165.328	397	.416		
Total	166.609	399			



**Post Hoc Tests**

**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: การตัดสินใจ

LSD

(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ	-.08799	.45759	.848	-.9876	.8116
	ธุรกิจส่วนตัว	.10000	.46758	.831	-.8192	1.0192
พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ	นักเรียน/นักศึกษา	.08799	.45759	.848	-.8116	.9876
	ธุรกิจส่วนตัว	.18799	.10758	.081	-.0235	.3995



(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	-.10000	.46758	.831	-1.0192	.8192
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงาน					
	บริษัทเอกชน ข้าราชการ	-.18799	.10758	.081	-.3995	.0235



1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

**Oneway**

**Descriptives**

การตัดสินใจ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่า 30,000 บาท	10	3.2750	.98918	.31281	2.5674	3.9826	1.75	5.00
30,001– 40,000 บาท	27	3.5833	.56755	.10923	3.3588	3.8078	2.00	4.50
40,001– 50,000 บาท	143	4.0035	.48931	.04092	3.9226	4.0844	2.00	5.00
ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป	220	3.7523	.69283	.04671	3.6602	3.8443	2.00	5.00
Total	400	3.8188	.64619	.03231	3.7552	3.8823	1.75	5.00

### ANOVA

การตัดสินใจ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	10.306	3	3.435	8.704	.000
Within Groups	156.303	396	.395		
Total	166.609	399			



**Post Hoc Tests**

**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: การตัดสินใจ

LSD

(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ต่ำกว่า 30,000 บาท	30,001– 40,000 บาท	-.30833	.23257	.186	-.7656	.1489
	40,001– 50,000 บาท	-.72850*	.20550	.000	-1.1325	-.3245
	ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป	-.47727*	.20314	.019	-.8766	-.0779
30,001– 40,000 บาท	ต่ำกว่า 30,000 บาท	.30833	.23257	.186	-.1489	.7656
	40,001– 50,000 บาท	-.42016*	.13183	.002	-.6793	-.1610
	ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป	-.16894	.12811	.188	-.4208	.0829



(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
40,001– 50,000 บาท	ต่ำกว่า 30,000 บาท	.72850*	.20550	.000	.3245	1.1325
	30,001– 40,000 บาท	.42016*	.13183	.002	.1610	.6793
	ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป	.25122*	.06749	.000	.1185	.3839
ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 30,000 บาท	.47727*	.20314	.019	.0779	.8766
	30,001– 40,000 บาท	.16894	.12811	.188	-.0829	.4208
	40,001– 50,000 บาท	-.25122*	.06749	.000	-.3839	-.1185

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.



ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนของคนไทย

### T-Test

สมมติฐานที่ 2.1 การเล่นเกมออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟนแตกต่างกัน

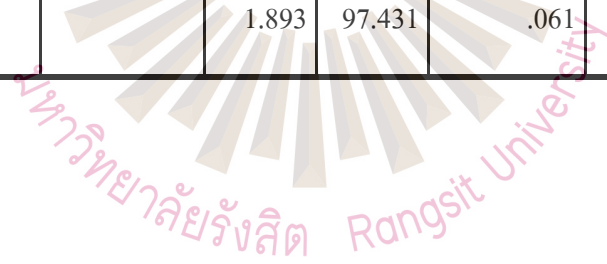
Group Statistics

	คอมพิวเตอร์	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
การตัดสินใจ	เล่น	326	3.8512	.61933	.03430
	ไม่เล่น	74	3.6757	.74108	.08615



**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality		t-test for Equality of Means						
		of Variances		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.						Lower	Upper
การ ตัดสินใจ	Equal variances assumed	3.650	.057	2.119	398	.035	.17555	.08285	.01268	.33842
	Equal variances not assumed			1.893	97.431	.061	.17555	.09273	-.00847	.35958

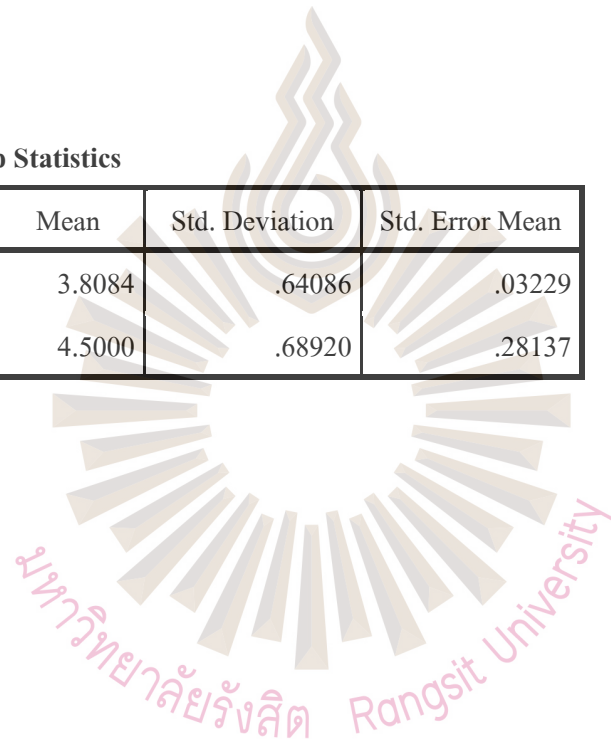


สมมติฐานที่ 2.2 การเล่นเกมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน  
แตกต่างกัน

**T-Test**

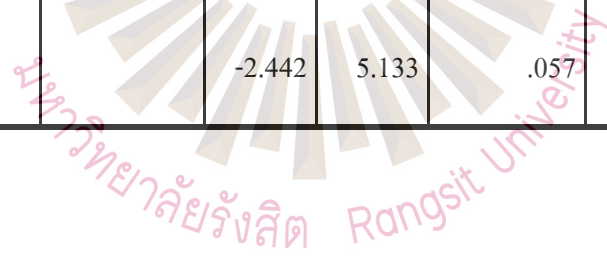
**Group Statistics**

	สมาร์ทโฟน	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
การตัดสินใจ	เล่น	394	3.8084	.64086	.03229
	ไม่เล่น	6	4.5000	.68920	.28137



**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
การ ตัดสินใจ	Equal variances assumed	.008	.930	-2.621	398	.009	-.69162	.26388	-1.21039	-.17286
	Equal variances not assumed			-2.442	5.133	.057	-.69162	.28321	-1.41403	.03078



สมมติฐานที่ 2.3 ระยะเวลาการเล่นเกมนผ่านอุปกรณ์ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน  
แตกต่างกัน

**Oneway**

**Descriptives**

การตัดสินใจ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	8	2.7813	.98595	.34859	1.9570	3.6055	1.75	5.00
1-2 ชั่วโมงต่อวัน	145	3.7879	.48710	.04045	3.7080	3.8679	2.00	5.00
3-4 ชั่วโมงต่อวัน	103	3.7621	.65900	.06493	3.6333	3.8909	2.00	5.00
5-6 ชั่วโมงต่อวัน	93	3.8790	.71628	.07428	3.7315	4.0265	2.00	5.00
มากกว่า 6 ชั่วโมง ขึ้นไปต่อวัน	51	4.0735	.65440	.09163	3.8895	4.2576	2.00	5.00
Total	400	3.8188	.64619	.03231	3.7552	3.8823	1.75	5.00

ANOVA

การตัดสินใจ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12.728	4	3.182	8.168	.000
Within Groups	153.882	395	.390		
Total	166.609	399			



**Post Hoc Tests**

**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: การตัดสินใจ

LSD

(I) ใช้เวลานาน	(J) ใช้เวลานาน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	1-2 ชั่วโมงต่อวัน	-1.00668*	.22668	.000	-1.4523	-.5610
	3-4 ชั่วโมงต่อวัน	-.98089*	.22908	.000	-1.4313	-.5305
	5-6 ชั่วโมงต่อวัน	-1.09778*	.22997	.000	-1.5499	-.6457
	มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน	-1.29228*	.23735	.000	-1.7589	-.8257



(I) ใช้เวลานาน	(J) ใช้เวลานาน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1-2 ชั่วโมงต่อวัน	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	1.00668*	.22668	.000	.5610	1.4523
	3-4 ชั่วโมงต่อวัน	.02580	.08043	.749	-.1323	.1839
	5-6 ชั่วโมงต่อวัน	-.09110	.08292	.273	-.2541	.0719
	มากกว่า 6 ชั่วโมง ขึ้นไปต่อวัน	-.28560*	.10161	.005	-.4854	-.0858
3-4 ชั่วโมงต่อวัน	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	.98089*	.22908	.000	.5305	1.4313
	1-2 ชั่วโมงต่อวัน	-.02580	.08043	.749	-.1839	.1323
	5-6 ชั่วโมงต่อวัน	-.11690	.08928	.191	-.2924	.0586
	มากกว่า 6 ชั่วโมง ขึ้นไปต่อวัน	-.31139*	.10687	.004	-.5215	-.1013

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

(I) ใช้เวลานาน	(J) ใช้เวลานาน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
5-6 ชั่วโมงต่อวัน	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	1.09778*	.22997	.000	.6457	1.5499
	1-2 ชั่วโมงต่อวัน	.09110	.08292	.273	-.0719	.2541
	3-4 ชั่วโมงต่อวัน	.11690	.08928	.191	-.0586	.2924
	มากกว่า 6 ชั่วโมง ขึ้นไปต่อวัน	-.19450	.10876	.074	-.4083	.0193
มากกว่า 6 ชั่วโมง ขึ้นไปต่อวัน	น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	1.29228*	.23735	.000	.8257	1.7589
	1-2 ชั่วโมงต่อวัน	.28560*	.10161	.005	.0858	.4854
	3-4 ชั่วโมงต่อวัน	.31139*	.10687	.004	.1013	.5215
	5-6 ชั่วโมงต่อวัน	.19450	.10876	.074	-.0193	.4083

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันออกกลาง ที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

**Regression**

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
การตัดสินใจ	3.8188	.64619	400
การยอมรับ	3.4719	.54811	400

**Correlations**

		การตัดสินใจ	การยอมรับ
Pearson Correlation	การตัดสินใจ	1.000	.504
	การยอมรับ	.504	1.000
Sig. (1-tailed)	การตัดสินใจ	.	.000
	การยอมรับ	.000	.
N	การตัดสินใจ	400	400
	การยอมรับ	400	400

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	การยอมรับ <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: การตัดสินใจ

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.504 <sup>a</sup>	.254	.252	.55869	.254	135.767	1	398	.000	1.031

a. Predictors: (Constant), การยอมรับ

b. Dependent Variable: การตัดสินใจ

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.378	1	42.378	135.767	.000 <sup>b</sup>
	Residual	124.231	398	.312		
	Total	166.609	399			

a. Dependent Variable: การตัดสินใจ

b. Predictors: (Constant), การยอมรับ



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.754	.179		9.782	.000
	การยอมรับ	.595	.051	.504	11.652	.000

a. Dependent Variable: การตัดสินใจ

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.3490	4.7273	3.8188	.32590	400
Residual	-1.68683	1.61047	.00000	.55799	400
Std. Predicted Value	-4.510	2.788	.000	1.000	400
Std. Residual	-3.019	2.883	.000	.999	400

a. Dependent Variable: การตัดสินใจ

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

**Regression**

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
การตัดสินใจ	3.8188	.64619	400
รูปแบบ	3.8722	.55560	400

**Correlations**

		การตัดสินใจ	รูปแบบ
Pearson Correlation	การตัดสินใจ	1.000	.687
	รูปแบบ	.687	1.000
Sig. (1-tailed)	การตัดสินใจ		.000
	รูปแบบ	.000	
N	การตัดสินใจ	400	400
	รูปแบบ	400	400

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	รูปแบบ <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: การตัดสินใจ

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.687 <sup>a</sup>	.473	.471	.46985	.473	356.699	1	398	.000	1.409



a. Predictors: (Constant), รูปแบบ

b. Dependent Variable: การตัดสินใจ

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	78.746	1	78.746	356.699	.000 <sup>b</sup>
	Residual	87.864	398	.221		
	Total	166.609	399			

a. Dependent Variable: การตัดสินใจ

b. Predictors: (Constant), รูปแบบ

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.723	.166		4.363	.000
	รูปแบบ	.800	.042	.687	18.886	.000

a. Dependent Variable: การตัดสินใจ

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.1219	4.7205	3.8188	.44425	400
Residual	-1.47053	1.47884	.00000	.46926	400
Std. Predicted Value	-3.820	2.030	.000	1.000	400
Std. Residual	-3.130	3.147	.000	.999	400

a. Dependent Variable: การตัดสินใจ



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ลลดา โลหิตยา
วัน เดือน ปีเกิด	17 กุมภาพันธ์ 2531
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเคมีอุตสาหกรรม, 2553
ที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 23/160 ซอย ช่างอากาศอุทิศ 12 แขวง ดอนเมือง เขต ดอนเมือง จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10210
สถานที่ทำงาน	บริษัท โอมานแอร์
ตำแหน่งปัจจุบัน	พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

